



GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

AUTOR:

Alicia Aragón Gándara

TITULO:

"Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de la Costa Occidental de Cantabria"

TITLE:

"Structure of supply of accommodation in the tourist region of the Cantabria West Coast"

DIRECTOR:

D. Ignacio Sariego López



GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

Fecha de entrega: 20/09/2016

AUTOR: Alicia Aragó Gándara

**TITULO: ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN LA
COMARCA TURÍSTICA DE LA COSTA OCCIDENTAL**

DIRECTOR: D. Ignacio Sariego López

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a 20 de Septiembre de 2016

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Finalidad y motivos	7
1.2 Marco teórico.....	8
1.3 Objetivos.....	14
1.4 Metodología.....	15
2. COMARCA TURÍSTICA.....	17
2.1 La comarca turística y sus municipios	17
2.2 Estructura de alojamiento turístico en la Comarca de la Costa Occidental	28
2.2.1 La hotelería en la Comarca turística de la Costa Occidental.....	38
3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	40
4. D.A.F.O	54
5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	59
6. BIBLIOGRAFÍA	64
7. ANEXOS.....	66
7.1 Número de plazas de las diferentes modalidades de alojamiento de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental	66
7.2 Total de alojamientos por municipio	67
7.3 Total de hoteles de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental de Cantabria.....	
7.4 Encuesta.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Costa Occidental de Cantabria

Figura 2. Mapa de Cantabria dividido en las 10 comarcas que forman la provincia

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis por municipios de la Hostelería en La Costa Occidental

Tabla 2. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Alfoz de Lloredo

Tabla 3. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Cabezón de la Sal

Tabla 4. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Cartes

Tabla 5. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Comillas

Tabla 6. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Miengo

Tabla 7. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Polanco

Tabla 8. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Reocín

Tabla 9. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Ruiloba

Tabla 10. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Santillana del Mar

Tabla 11. Número de establecimientos y de plazas por tipología en San Vicente de la Barquera

Tabla 12. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Suances

Tabla 13. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Torrelavega

Tabla 14. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Udías

Tabla 15. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Valdágila

Tabla 16. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Val de San Vicente

Tabla 17. Categoría de los Hoteles por municipio

Tabla 18. Número de plazas de las diferentes modalidades de alojamiento de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental

Tabla 19. Total de alojamientos en Alfoz de Lloredo

Tabla 20. Total de alojamientos en Cabezón de la Sal

Tabla 21. Total de alojamientos en Cartes

Tabla 22. Total de alojamientos en Comillas

Tabla 23. Total de alojamientos en Miego

Tabla 24. Total de alojamientos en Polanco

Tabla 25. Total de alojamientos en Reocín

Tabla 26. Total de alojamientos en Ruiloba

Tabla 27. Total de alojamientos en Santillana del Mar

Tabla 28. Total de alojamientos en San Vicente de la Barquera

Tabla 29. Total de alojamientos en Suances

Tabla 30. Total de alojamientos en Torrelavega

Tabla 31. Total de alojamientos en Udías

Tabla 32. Total de alojamientos en Valdáliga

Tabla 33. Total de alojamientos en Val de San Vicente

Tabla 34. Total hoteles de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Número de plazas totales por municipio

Gráfico 2. Número de establecimientos totales por municipio

Gráfico 3. Número de Hoteles por Municipio

Gráfico 4. Instalaciones de los establecimientos

Gráfico 5. Instalaciones en las habitaciones de los establecimientos

Gráfico 6. Idiomas exigidos a los recepcionistas de los establecimientos hoteleros

Gráfico 7. Experiencia exigida a los recepcionistas hoteleros

Gráfico 8. Establecimientos asociados o no a sistemas de regalos

Gráfico 9. Hoteles asociados o no a centrales de reservas

Gráfico 10. Clientela nacional o internacional

Gráfico 11. Obtención de clientes

Gráfico 12. Porcentaje de clientes nacionales e internacionales

Gráfico 13. Los clientes saben o no castellano

Gráfico 14. Meses de más demanda

Gráfico 15. Clientes fijos o no

Gráfico 16. Resultados del ejercicio 2012 en relación con el 2011

Gráfico 17. Aspectos en los que se ha notado la crisis a la hora de hacer las reservas

1. INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

1.1 Finalidad y motivos

Cantabria es uno de los destinos turísticos más destacados de España, ya que cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales, además de poseer una gran cantidad de actividades para todos aquellos turistas amantes de la naturaleza, del mar y de la montaña.

La Costa Occidental de Cantabria ofrece un tipo de turismo muy variado, debido a la diversidad de opciones que la comarca ofrece al visitante. Cuenta con 15 municipios, de los cuáles Santillana del Mar, Comillas y San Vicente de la Barquera son algunos de los más conocidos y visitados, tanto en la comarca como en Cantabria.

El presente Trabajo Fin de Grado tiene como finalidad principal conocer cada uno de los establecimientos hoteleros que forman los 15 municipios de la comarca turística de la Costa Occidental de Cantabria, además de poder hacer una división en cuanto a estrellas se refiere, y poder conocer la tipología de cliente que acude a estos establecimientos.

En lo referente al turismo, se ha percibido una reducción significativa en los últimos años. Por ello, es necesario realizar un estudio sobre la situación actual de los establecimientos hoteleros de una de las zonas más turísticas de Cantabria para así poder conocer la situación por la que atraviesan y el tipo de servicios e instalaciones que ofrecen al turista.

El motivo principal por el que se realiza este trabajo es por la importancia que tiene el turismo en la región y la necesidad de conocer con mayor profundidad y de manera más específica la Costa Occidental de Cantabria en cuanto a los servicios, establecimientos y zonas turísticas que oferta, y en qué se puede diferenciar de las demás zonas para ser así un destino elegido por los turistas.

Particularmente quiero hacer este estudio ya que en mi opinión, falta información específica respecto a esta comarca de Cantabria a nivel de alojamientos para que los turistas puedan conocer más a fondo esta comarca turística y sea una buena opción vacacional.

1.2 Marco teórico

El turismo es una de las actividades económicas que más empuje ha reflejado en los últimos años. Edwards, A (1992) y la OMT (1994) afirman que el turismo está todavía en una fase de crecimiento de su ciclo de vida a pesar de que sea lento y que crece más deprisa que la economía mundial y que la economía de los principales países emisores: los cambios en la demanda turística responden al efecto conjunto de diversos fenómenos.

Por un lado, el turismo masivo de sol y playa desarrolló al calor de determinadas condiciones socioeconómicas y tecnológicas y en la medida en que las mismas están cambiando, también lo hacen las formas turísticas (Poon, A 1993).

Según el Plan de marketing Turístico de Baleares (1996-98), el tipo de turismo demandado va haciendo más hincapié en la búsqueda de productos turísticos con mayores prestaciones y más actividades, basándose en el medioambiente, la cultura y el entorno pero la creciente segmentación de este tipo de mercado, hace que también aumente la demanda de aquellos productos turísticos temáticos y especializados.

Muchos autores opinan que los turistas cada día son más exigentes a la hora de elegir un destino para pasar unos días inolvidables y según Krippendorf, J (1986), el turista más exigente lo es en su periodo vacacional ya que va en busca de la calidad (de los productos y servicios turísticos, del medio ambiente y del entorno físico) pero hace referencia a que no van en busca de un tipo de turismo de lujo, sino que son exigentes con la oferta que se le presenta y por ello responsable de las consecuencias de esa actividad turística.

Pero es importante destacar que, muchas personas cuentan con una segunda residencia por lo que las vacaciones están más condicionadas y optan siempre a acudir al mismo sitio además de aumentar a su vez, el número de personas que realizan la programación de su viaje de forma individualizada (C.E.E., DG XXIII, 1993).

Por ello, según autores como Camisón, C (1995) y Alonso, M y López, M.C (1995), la información que se tiene acerca de un destino turístico es de mayor importancia ya que se ha convertido en un recurso estratégico y si se utiliza de una manera adecuada, tiene importantes implicaciones sobre la ventaja competitiva del negocio turístico, sobre la estructura de dicho sector y sobre la manera de competir en el mismo.

La información es importante antes de escoger el destino, durante la estancia vacacional y al final de la misma, ya que esto supondrá, una decisión de poder volver a visitar dicha zona (Goodall, B, 1988 y Moutinho, L, 1987). Según indica Perdue (1985), "la facilidad y coste de acceso a la información especializada son factores clave de éxito y de satisfacción de los turistas, incluso en términos de calidad percibida".

En cuanto al sector turístico cántabro, se puede decir que cuenta con una buena posición en lo que a la demanda se refiere pero con una serie de debilidades estructurales en la oferta.

Se puede deducir que los puntos fuertes con los que cuenta Cantabria son la gran fidelidad y elevada satisfacción de los turistas que lo visitan, la diversidad de recursos capaces de satisfacer necesidades, la existencia de una imagen turística de calidad, saber hacer y no turismo masificado y gustos actuales adaptados a los que están surgiendo y que las previsiones realizadas, indican la presencia de una tendencia al alza, dentro del intervalo marcado por la coyuntura en cada momento (Sarabia, J.M Sarabia, J.M y López, M.C 1989).

Los autores aseguran que en los puntos débiles destacan algunos como: la gran dependencia de los turistas nacionales, el sesgo hacia el turismo de costa, las carencias de algunas infraestructuras regionales, la acusada estacionalidad, la aparición de zonas con niveles de degradación crecientes y la poca conciencia de empresarios de la necesidad de tener que producir y comercializar a través de los canales profesionales productos turísticos.

Cantabria es uno de los destinos turísticos más visitados por los turistas a la hora de decidir pasar unos días de ocio ya que cuenta con multitud de opciones para pasar unos días de vacaciones.

Cuenta con monumentos importantes con el Palacio de la Magdalena de Santander, el Monasterio de Santo Toribio de Liébana o el Capricho de Gaudí de Comillas. A su vez, podemos encontrar multitud de playas que abarcan la comarca y Parques Naturales donde poder practicar deportes de aventura.

Otro de los aspectos que caracterizan a Cantabria es su gastronomía ya que está situada en una zona geográfica donde los pescados y mariscos del mar cantábrico son muy conocidos.

Es una comunidad de carácter montañoso y costero que cuenta con un gran Patrimonio Natural. Por ello, es una de las zonas costeras con mayor número de visitantes ya que posee una gran amplitud de actividades a la hora de disfrutar unos días de descanso.

Cantabria ha compartido grandes avatares históricos con comunidades desde Galicia hasta Asturias y el País Vasco pero también acontecimientos que pertenecen a la condición humana y la necesidad de poder sobrevivir con los lugares conocidos e importantes que se tienen cerca de la comunidad autónoma de Cantabria.

Según Sarabia, J.M (1977), la demanda turística con la que cuenta Cantabria está basada fundamentalmente por visitantes nacionales a pesar de ser el componente extranjero secundario, se ha notado un gran incremento en cuanto a las últimas temporadas. En la misma obra afirma que "las estancias medias en hoteles en Cantabria son inferiores a las españolas y giran en torno a los dos días, indicando la existencia en los mismos de un turismo de paso, no de Tour Operador. Precisamente es la influencia del turismo de masas el que explica que la estancia media de los turistas extranjeros en España ronde la semana."

El autor asegura que la Comunidad de Cantabria cuenta con un número de turistas de larga duración que optan por los alojamientos más económicos por lo tanto, no aparecen reflejadas en las estadísticas realizadas y que la mayor parte del turismo que procede a Cantabria son de la mitad norte peninsular, delimitando una gran área de atracción que tiene como ejes principales las grandes concentraciones urbanas existentes en la misma.

En cuanto a las actividades más deseadas por los turistas, según el autor; pasear, tomar el sol, bañarse y comer en restaurantes además de, realizar otras actividades como excursiones o acudir a acontecimientos culturales y artísticos que se concentran durante los meses de verano, son las aficiones más deseadas por los visitantes, los cuáles van en busca de disfrutar de las mejores opciones que la zona costera ofrece.

En referencia a los turistas que acoge Cantabria a lo largo del año, el 75% asegura que regresara alguna otra vez a lo largo de su vida en cambio, el 25% dice que posiblemente lo volverá a hacer (Sarabia, J.M 1977).

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Por lo tanto, se puede afirmar que Cantabria es un gran destino turístico y que las personas que eligen la comunidad autónoma como opción, están contentos durante su estancia.

En lo que respecta a la importancia del turismo en la región, se observa que Cantabria es una comunidad que ha descendido en lo que a número de viajes se refiere, a diferencia de otras comunidades (Fundación Ideas, 2010).

Ello conlleva que parte de los negocios de la zona hayan visto mermados los resultados en los últimos años, lo que hace que haya que prestar un foco de especial atención para que se trate de un sector sostenible a largo plazo, que pueda otorgar riqueza a la región y sea rentable.

En lo que a variedad de recursos se refiere, según Rivas García, J y Magadán Díaz, M (2014), "Cantabria posee un patrimonio natural extraordinario, lleno de ríos, playas, bosques, etc."

Podemos decir que la variedad de recursos naturales existentes en la región es muy importante, lo que hace que se pueda acceder a una tipología de turismo muy variada.

Y por otro lado, no solo destaca que exista una gran riqueza patrimonial, sino también una importante riqueza gastronómica, como bien indica Rivas García, J y Magadán Díaz, M (2014), principalmente en la comarca analizada del oeste de Cantabria, siendo las poblaciones de San Vicente de la Barquera o Suances referentes gastronómicos.

En cuanto a la comarca turística de la Costa Occidental es importante mencionar que, tiene un carácter urbano y está formado por 15 municipios, los cuales cuentan con una gran número de establecimientos para brindar a los clientes el mejor servicio y atención posible.

La Costa Occidental estudiada se extiende desde Santillana del Mar hasta el límite con Asturias. Su cabecera comarcal es San Vicente de la Barquera.

"La Costa Occidental de Cantabria es una de las zonas más turísticas de la comarca que se extiende desde las rías de Tina Mayor y Tina Menor hasta Santander, o bien la costa oriental, que comprende el tramo que va desde Santander hasta Ontón" (Butrón, I 2009).

Para la autora, la costa cántabra cuenta con multitud de pueblos muy turísticos y conocidos mundialmente por los que se puede hacer un gran recorrido y plasman los sitios más bellos del lugar tanto por su belleza paisajística como cultural y gastronómica.

En cuanto al tipo de turista que atrae, destaca que el perfil es de media edad, superior a los 55 años, principalmente de ámbito nacional, y que cuenta con un poder adquisitivo medio-alto, ya que predominan los empresarios de la zona de Madrid o Cataluña, que en muchos casos, son atraídos también por las grandes empresas con las que cuenta el municipio de Torrelavega.

Esto hace que gracias a las grandes corporaciones existentes en la zona, muchos empresarios de poder económico alto decidan conocer en el periodo estival la comarca, siendo un tipo de turismo de bastante importancia en cuanto al impacto económico que supone.

Según Reques Velasco, P (1997), en los últimos años, el turismo ha sido una de las principales fuentes de riqueza de la comarca analizada, debido a los procesos de reestructuración que sectores tradicionales como el químico o el siderúrgico han sufrido.

Dicha dinamización del turismo ha supuesto un impacto demográfico en la zona, produciéndose un proceso de urbanización en las inmediaciones de comarcas como Torrelavega, hacia sus periferias inmediatas, gracias a las nuevas vías de comunicación que se van implantando y que son fuente de atracción de población.

Destaca que aquellos pueblos en los que la función comercial se añade a la turística, soportan de mejor manera el crecimiento demográfico en épocas de crisis económica, ya que se complementan y no alcanzan tan altas cifras de paro.

En cuanto a los municipios que forman la Costa Occidental de Cantabria, según Musquera (2007), San Vicente de la Barquera cuenta con uno de los puertos pesqueros más importantes de toda la región ya que se encuentra en pleno corazón del Parque Natural de Oyambre.

Para el autor, el municipio está formado por una gran fuente económica sobretudo con el turismo y la ganadería y es lo que hace que hoy en día, sea uno de los destinos vacacionales mas importantes.

En cuanto a la zona de Suances, según Gómez Portilla, P; Nogués Linares, S; Olávarri Fernández, R (1997), "el origen y desarrollo de Suances como espacio de ocio está estrechamente vinculado a la existencia de recursos costeros".

Destacan que es el atractivo de su litoral lo que ha atraído a lo largo de los años a una gran población urbana, que tradicionalmente era un tipo de turismo estacional y selecto.

Al igual que en la actualidad, el tipo de turismo que existía en su origen, por el siglo XIX, sigue siendo similar hoy en día, en lo que a la estacionalidad se refiere, ya que es una característica muy importante de su tipología.

Tanto la Comunidad Autónoma como cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental, están muy bien comunicadas y eso significa una ventaja para Cantabria, ya que muchos turistas optan por las facilidades y comodidades que un destino puede facilitar a la hora de poder conocer y visitar lugares típicos de la zona escogida como destino turístico.

Según Hernández Mogollón ,J.M.; Mondéjar Jiménez, J.A.; Ortega Rosell, F.J. (2014) el tren turístico que realiza excursiones por la comarca de Cantabria supone para su economía una fuente de riqueza y de atractivo turístico.

Entre ellos, el más clásico es el FEVE, ferrocarril de vía estrecha, que pueden ser alquilados en fines de semana incluso por grupos de turistas para el disfrute de la naturaleza de la zona.

Entre los itinerarios que realizan, destacan los siguientes:

- Itinerario del Soplao: Santander-Torrelavega-Cabezón de la Sal- Unquera.
- Itinerario del Marqués: Santander-Torrelavega-Cabezón de la Sal.

"Desde una perspectiva económica, la evolución del Transcantábrico como negocio ha sido, en términos generales, muy positiva, y su proyección futura es ciertamente atractiva." (Hernández Mogollón, J.M.; Mondéjar Jiménez, J.A.; Ortega Rosell, F.J. 2014).

Se destaca que el año 2007 fue uno de los mejores años para el Transcantábrico, observándose en el Plan Estratégico 2009-2012 de FEVE cómo se prevé un aumento tanto de los trenes regulares como los de tipo chárter.

Por otro lado, los hoteles con los que cuenta la Costa Occidental es otro de los aspectos a destacar en la región ya que cuenta con una gran número de establecimientos y todos ellos muy parecidos a pesar de ser los municipios más visitados los que cuentan con alojamientos más grandes y las opciones y servicios a la hora de contratar u ofrecer al cliente, son mayores.

En lo que se refiere al apartado de hoteles, según Rivages, H (2001), Santillana del Mar destaca por su variedad, siendo un ejemplo que destaca en su libro el Hotel Altamira, que cuenta con tres estrellas, 32 habitaciones que tienen ducha, televisión por satélite, restaurante, facilidad de pago con tarjeta de crédito, o parking. Sin embargo, se caracteriza por no aceptar animales domésticos en sus instalaciones.

"The Hotel Altamira now occupies one of the aristocratic houses of Santillana, a medieval town classified as a historic monument that has conserved a beautiful collection of residences and palaces" (Rivages, H 2001).

El mismo autor destaca en su obra al Hotel los Infantes, de tres estrellas también, y con unos servicios muy similares al Hotel Altamira, con la diferencia de que las mascotas sí que están admitidas en este hotel.

"The Hotel los Infantes occupies the former residence of the Calderons and its facade still bears their coat-of-arms." (Rivages, H 2001).

Por ello es muy importante contar con un personal cualificado y profesional para poder ofrecer al cliente el mejor servicio durante la estancia en el establecimiento y por ello en lo referente al perfil de los recepcionistas de la comarca, según SEPE (2016), destaca que en la comarca en los últimos años existe un mayor desempleo que tasas de contratación. Según se observa, la estacionalidad de la demanda es un factor fundamental de la falta de empleo fijo y la necesidad de tener que contratar en su mayoría empleo temporal.

En su mayoría, el perfil existente es el de profesional con formación académica, que se complementa con el personal experto tradicional.

Otro de los aspectos por los que La Costa Occidental de Cantabria se caracteriza es la arquitectura con la que cuenta por ello, según Ruiz de la Riva, E (1991), Comillas es el eje más representativo desde este punto de vista, siendo A. Gaudí su máximo exponente y su obra más destacada el edificio "El Capricho", que cuenta con influencias arabizantes y mudéjares.

"Se considera a Comillas un ejemplo excepcional de la arquitectura de fin del siglo XIX, que requiere un estudio monográfico amplio, donde se incluya no solamente los edificios modernistas, sino el conjunto de la obra construida en la villa, que abarca una gama estilística mucho más extensa" (Ruiz de la Riva, E 1991).

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Para el autor, existe una notable herencia de casonas y palacios barrocos que hacen de Comillas que posea la gran riqueza arquitectónica de la que presume. Y no solo esa riqueza se queda en Comillas, sino que sirve de inspiración arquitectónica a otros municipios de la zona, como Cabezón de la Sal, con obras de estilo neogótico, destacando la obra del Seminario.

Analizando los tipos de comercialización que puede haber en la comarca, destaca que el acceso a sistemas de bonos o smartbox es escaso. Estudiando los posibles destinos, son pocos en comparación con otras regiones.

No obstante, entre los destinos destaca la cueva de El Soplao, situada en el noroeste de Cantabria, a pocos kilómetros de San Vicente de la Barquera o Torrelavega. Según Gómez, V. (2013), el Soplao atrae a distintos tipos de turismo, desde el familiar que acude con visita guiada para quedarse impactado con esta maravilla de la naturaleza, hasta el turismo de aventura, que busca un recorrido totalmente natural mucho más arriesgado.



1.3 Objetivos

Para poder analizar las estructuras de alojamiento hotelero en la comarca turística de la Costa Occidental de Cantabria, se han propuesto los siguientes objetivos:

- 1º Verificar la cualificación de los centros hoteleros y el tipo de servicio que prestan a la clientela.
- 2º Conocer las instalaciones que tiene cada establecimiento hotelero para posteriormente poder comparar unos hoteles con otros y percibir que tipo de instalaciones son las más comunes.
- 3º Averiguar qué idiomas se exigen a los recepcionistas de los establecimientos hoteleros encuestados y su experiencia en el sector.
- 4º Investigar si los establecimientos hoteleros están asociados a algún sistema de regalos por bonos o a alguna central de reservas, y en casi afirmativo que tipo de clientela les llega a través de estos servicios.
- 5º Averiguar a través de qué medio o sistema obtienen más clientes los establecimientos encuestados.
- 6º Conocer el porcentaje de clientes nacionales e internacionales que recibe cada establecimiento hotelero.
- 7º Saber en qué mes del año reciben más clientes, y si los consumidores suelen ser fijos o no.
- 8º Conocer cómo han sido los resultados del ejercicio 2012 en relación con el 2011.
- 9º Identificar los aspectos en los que se ha reflejado más la crisis en los establecimientos hoteleros.

Límites

Se ha excluido el análisis del resto de establecimientos de alojamiento debido a la gran extensión de hoteles en la comarca.

1.4 Metodología

El estudio se inicia realizando un análisis de fuentes secundarias basándose principalmente en libros, páginas web y artículos contrastados para poder tener un conocimiento más exacto del tema que se trata y posteriormente se desarrolla un análisis de fuentes primarias para así alcanzar los objetivos planteados.

En primer lugar se presenta la introducción y el marco teórico, en el que se explica la finalidad y el motivo principal del presente Trabajo Fin de Grado, los objetivos que se pretenden conseguir mediante la colaboración de los establecimientos encuestados y la manera en la que se va a trabajar para lograr dichos objetivos.

En segundo lugar se presenta información general acerca de la comarca turística de la Costa Occidental en Cantabria como de cada uno de los 15 municipios que la forman.

Además, se explican los recursos turísticos más importantes y visitados por los turistas de cada uno de los municipios.

En otro apartado, se explica el motivo de las diferencias en cuanto a la categoría de unos establecimientos u otros, además de conocer los meses más demandados por parte de los turistas.

Por último se presentan unas representaciones gráficas en las que se plasman datos sobre todos los municipios, los cuáles hacen referencia al número de plazas, número de habitaciones, número de apartamentos, número de establecimientos, número de hoteles por municipio y categoría de los hoteles por municipio.

El trabajo de campo ha consistido en la realización de encuestas a los establecimientos hoteleros de los municipios que forman la Costa Occidental de Cantabria sobre el tipo de servicios e instalaciones, los clientes, los recepcionistas y el tipo de comercialización.

Previamente a estos cuatro apartados se realizan siete preguntas generales acerca del nombre del establecimiento, la categoría del hotel, el número de habitaciones, el número de plazas, el número de trabajadores, el año de apertura y el año de la última restauración.

Instrumento: Encuesta dividida en tres tipos de preguntas que se explican a continuación.

- Cerradas o dicotómicas: Son aquellas en las que se responde con un sí o no. Se han elaborado tres preguntas de este tipo.
- De múltiple elección: Son aquellas en las que se dan a elegir entre varias opciones y el encuestado tiene que elegir la más conveniente. En la encuesta aparecen seis preguntas de múltiple elección.
- Abiertas o libre respuesta: Son las más complejas debido a la libertad que se le da al encuestado para contestar, ya que se le deja un espacio determinado para la respuesta. Aparecen tres respuestas con esta tipología.

Técnica: En este estudio, las respuestas se han conseguido a través de tres métodos diferentes:

- Encuesta telefónica: Este tipo de encuesta es una de las más rápidas, ya que es el entrevistador quien realiza las preguntas y el entrevistado contesta al momento. Después de realizar llamadas a todos los hoteles de la comarca (excepto a los que me respondieron vía correo electrónico) se obtuvieron 57 encuestas telefónicas.
- Encuesta por internet: Estas encuestas llevan más tiempo ya que el entrevistador envía un correo electrónico al entrevistado, pero este correo puede tardar en leerse y en muchos casos no se recibe respuesta. El contacto encuestador-encuestado se produce a través de la red. De este tipo de encuestas se han enviado 85 e-mails y se han recibido 11 respuestas.
- Encuesta personal: Son entrevistas personales y directas entre el entrevistador o encuestador y una persona entrevistada o encuestada, por ello tienen una serie de ventajas porque son guiadas por el encuestador. Se suelen obtener más datos y más información que con otro tipo de encuesta.

Universo: El universo lo forman 85 establecimientos hoteleros, pero la muestra a estudiar es un total de 68 hoteles.

Es importante señalar que las encuestas fueron enviadas por primera vez a los 85 hoteles a través de internet, y de todos ellos, solamente contestaron 11 establecimientos. Por ello, se realizaron llamadas a los 74 establecimientos restantes debido a la falta de respuestas y 57 hoteles decidieron realizar la encuesta telefónica.

Un porcentaje muy pequeño de los hoteles, concretamente 17 de ellos, no contestaron a la encuesta ni telefónicamente ni por internet, asegurando que no tenían tiempo para ello y que estaban muy ocupados, aun enviándoles multitud de correos electrónicos y llamando en diferentes días a horas diferentes.

Ámbito geográfico: El territorio elegido para la realización de la encuesta ha sido la comarca turística de La Costa Occidental de Cantabria.

Tamaño de la muestra: La muestra la componen los 68 establecimientos hoteleros de los que se han obtenido respuesta a través de las encuestas realizadas durante un periodo de tiempo determinado.

Periodo de realización: El periodo de realización de las encuestas ha sido del día 28 de Marzo de 2013 al día 3 de Mayo de 2013.

El estudio que se lleva a cabo comenzó a realizarse durante el año 2013, siguiendo vigentes los hoteles analizados en el periodo mencionado, a pesar de permanecer abiertos de cara al público, muchos de ellos, solamente en la época de los meses de verano por su poco tránsito turístico.

2. COMARCA TURÍSTICA

2.1 La comarca turística y sus municipios

Según Asturnaturadb, (2013), de Santillana del Mar hasta el límite con Asturias se extiende la Costa Occidental de Cantabria, la cual está formada por 15 municipios.

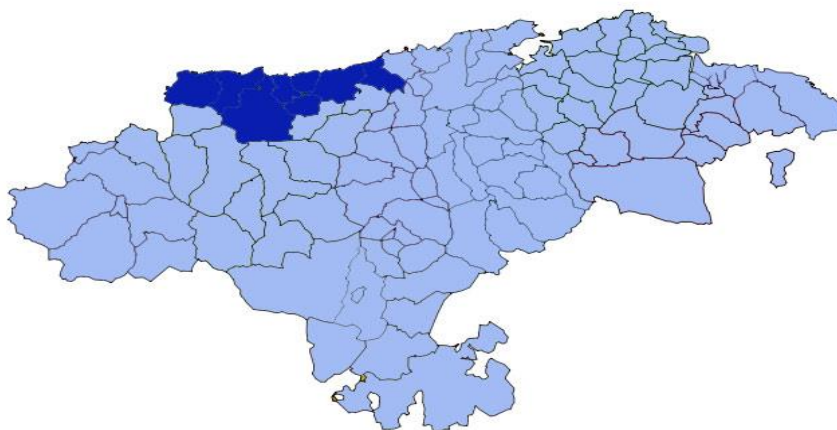
Se trata de una de las zonas más bellas y visitadas del litoral español, donde se encuentran algunas de las playas y villas costeras más hermosas de Cantabria, como San Vicente de la Barquera, Comillas, Suances, Santillana del Mar, además de una gran naturaleza, un gran patrimonio cultural y una amplia gastronomía.

En la comarca desembocan dos de los ríos más largos de Cantabria: El Deva y el Nansa, así como el río Escudo.

La Costa Occidental es una de las más turísticas de toda Cantabria, ya que cuenta tanto con playas espectaculares como con lugares de gran interés cultural, destacando los siguientes: La Cueva de Altamira conocida mundialmente, El Zoológico y Jardín Botánico, El Capricho de Gaudí, La Universidad Pontificia de Comillas, La Colegiata en Santillana del Mar, El Palacio de Sobrellano, El Parque Natural de Oyambre y El Monte Corona.

La población total alcanza unos 20.192 habitantes, según datos del INE en el año 2006. Según esta estadística, los municipios más visitados son San Vicente de la Barquera, Santillana del Mar y Val de San Vicente. Por el contrario, los tres municipios con menor número de turistas son Ruiloba, Udías y Valdáliga.

Figura 1. Costa Occidental de Cantabria



Fuente: Asturnaturadb, 2013 a partir de www.asturnatura.com

Figura 2. Mapa de Cantabria dividido en las 10 comarcas que forman la provincia



Fuente: Gobierno de Cantabria, 2013 a partir de Cantabria 102 municipios

Para obtener información sobre los 15 municipios de la investigación se ha acudido a la publicación Cantabria 102 municipios (2013) ya que explica detalladamente, por apartados y de una manera muy clara, toda la información relevante acerca de los distintos municipios de la Costa Occidental de Cantabria, los cuáles son los siguientes:

ALFOZ DE LLOREDO

Número de habitantes	2.600
Superficie	46 Km ₂
Densidad de población	54 Km ₂
Distancia a la capital	35 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Alfoz de Lloredo se encuentra a una distancia de 12 Km de Torrelavega y limita al oeste con los ayuntamientos de Udías, Ruiloba y Comillas, al este con los de Santillana del Mar y Reocín, al sur con Cabezón de la Sal y Reocín, y al norte ofrece sus costas al mar Cantábrico.

Los pueblos que comprende dicho municipio son La Busta, Cóbreces, Cigüenza, Novales, Oreña, Toñanes y Rudagüera, con los barrios de San Pedro, Lloredo y Fresnedo.

En el relieve de Alfz se pueden distinguir dos tipos de zonas:

Por un lado la zona costera que se refiere a todo lo relacionado con acantilados y playas, siendo el acantilado más importante es Oreña, mientras que la playa más destacada y turística es la de Cóbreces.

Y por otro lado nos encontramos la zona del interior, la cual se caracteriza por sus numerosos valles, ofreciendo así un bellos paisaje de contrastes.

El patrimonio histórico-artístico con el que cuenta este municipio es de gran importancia. Hay que mencionar La necrópolis alto-medieval de Toñanes y Las cuevas prehistóricas de "Las Aguas", en Novales, (capital de dicho municipio).

El monasterio cisterciense de Santa María de Viaceli, hoy en día se encuentra habitado por una comunidad de la Orden Cisterciense de la Estrecha Observancia (monjes trapenses) y es el primer edificio en hormigón armado en España. La casona solariega del S.XVIII, denominada El Casal es otro lugar turístico del municipio y tanto el monasterio como la casona se encuentran el Cóbreces.

CABEZÓN DE LA SAL

Número de habitantes	7.700
Superficie	33,6 Km ₂
Densidad de población	245,4 Km ₂
Distancia a la capital	45 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Limita al norte con Alfoz de Lloredo, al sur con Ruate, al este con Reocín y Mazcuerras, y al oeste con Udías y Valdáliga. La tendencia de su evolución demográfica es progresiva, gracias al predominio de gente joven-adulta y a los positivos saldos migratorios que presenta.

Los pueblos que forman el municipio de Cabezón de la Sal son Bustablado, Cabezón de la Sal, Cabrojo, Carrejo, Casar, Duña, Ontoria, Periedo, Santibáñez, Vernejo y Virgen de la Peña. La capitalidad la tiene la villa de Cabezón de la Sal.

En cuanto a los lugares con más interés turístico caben destacar los siguientes:

Por un lado, el Palacio de la Bodega es el edificio civil más importante del municipio y fue construido a finales del S.XVIII.

La Iglesia de San Martín, es el edificio religioso más importante de Cabezón de la Sal. Es de estilo barroco montañés y fue construido entre los S.XVII Y S.XVIII. Un dato curioso es que la torre del campanario, se ve desde cualquier perspectiva del municipio.

Y por último, el Museo de la Naturaleza de Carrejo, es una zona de gran interés natural y paisajístico. Se remonta al S.XVIII y está declarada Bien de Interés Cultural por el Gobierno de Cantabria desde 1984.

CARTES

Número de habitantes	3.700
Superficie	19 Km ₂
Densidad de población	250,3 Km ₂
Distancia a la capital	30,5 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Se le conoce como "La Villa de los Torreones", en honor a la fortaleza del S.XV, símbolo del poder medieval del linaje de los Manrique, sobre el que recaía la administración señorial y jurisdiccional.

Los pueblos que forman el municipio son Riocorvo, Yermo, Corral, San Miguel, Mercadal, Bedicó, Sierra, Mijarajos y La Barquera. La mayor parte de la población habita en Cartes, la cual es la capital municipal, aunque muchos de ellos también se asientan en Santiago.

La ubicación de Cartes ha hecho que vaya aumentando el número de personas que residan en ese municipio, ya que está en pleno crecimiento y desarrollo turístico, como consecuencia de su situación geográfica, en el área de expansión del eje industrial de Torrelavega. Este aumento es debido a la proliferación de nuevas viviendas y esto ha hecho que muchas personas de municipios próximos, elijan Cartes como su residencia habitual.

Cartes es un municipio pequeño, declarado Bien de Interés Cultural. Su calle principal es muy visitado por la gente que visita la villa, ya que cuenta con casas de diferentes épocas y escudos artísticos con escudos heráldicos y decorados con multitud de flores.

Uno de los edificios más curiosos y visitados es el Torreón, el cual es fortaleza del S.XV y atraviesa la calle principal y el Ayuntamiento.

COMILLAS

Número de habitantes	2.300
Superficie	18,6 Km ₂
Densidad de población	133,4 Km ₂
Distancia a la capital	48 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Desde el año 1822 es un Ayuntamiento constitucional independiente, y se la conoce como "La Villa de los Arzobispos". Comillas es un municipio costero por el norte, limita al sur con Udías, al este con Ruiloba y Alfoz de Lloredo, y al oeste con Valdáliga.

El Edificio de "El Capricho de Gaudí", fue construido entre el 1883 y 1885, bajo la dirección de arquitecto Cascante Colom, siguiendo los planos de Gaudí.

El proyecto fue encargado por Máximo Díaz, ya que quería tener una casa de veraneo al lado del Palacio de Sobrellano, debido a que era propiedad de su conuñado, el primer Marqués de Comillas.

Los edificios y jardines de la Universidad Pontificia fueron construidos debido al patronazgo de D. Antonio López, primer Marqués de Comillas, realizado por el arquitecto D. Miguel Alcolado, en una primera fase, y a partir de 1884, por el gran arquitecto catalán D. Juan de Martorell y Montells, con la dirección de obras de Cascante.

Otro de los recursos más turísticos e importantes del municipio es El Palacio de Sobrellano o del Marqués de Comillas que se inauguró en 1888 y es quizá el símbolo más emblemático del municipio.

La Iglesia de San Cristóbal se empezó a construir en el año 1648 y se encuentra en pleno centro del municipio.

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Como dato curioso hay que mencionar que, todos los 11 y 17 de Junio se celebran las Fiestas del Santo Cristo del Amparo (patrono de los pescadores), realizándose una romería en la que portan al Santo y le llevan hasta el muelle.

MIENGO

Número de habitantes	3.800
Superficie	24 Km ₂
Densidad de población	175,3 Km ₂
Distancia a la capital	21 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

En el último siglo se ha producido una transformación muy importante tanto en el ámbito demográfico, como en el social y económico, debido al incremento considerable de la población. Miengo se encuentra en la zona costera central de la región, y entre los términos de Piélagos, con el que linda por el este, y Suances, con el que se comunica por el oeste.

Los pueblos que forman el municipio de Miengo son Bárcena de Cudón, Cuchía, Cudón, Gornazo, Mogro y la capital municipal: Miengo.

En cuanto a los ríos, el Pas y el Saja-Besaya discurren a ambos lados del municipio, el río Pas desemboca en Mogro, formando la ría a la que da nombre, en cambio, el río Saja-Besaya, llega a los mares de Cuchía y Suances, formando la ría de San Martín de la Arena.

En cuanto a los recursos más turísticos del municipio hay que destacar por un lado, La Cueva de Cudón, el cual es un importante yacimiento arqueológico. Está situada en una pequeña dolina y orientada al este, la cavidad es de grandes proporciones, con más de 2 Km de desarrollo.

Otros lugares de gran interés son Las Iglesias parroquiales de Mogro, Miengo, Bárcena de Cudón y Cuchía, ya que allí se conservan vestigios prehistóricos y El Palacio de los Herrera, el cual tiene un gran escudo en su entrada.

POLANCO

Número de habitantes	3.700
Superficie	17,55 Km ₂
Densidad de población	250,8 Km ₂
Distancia a la capital	24 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Municipio que limita al sur con el principal núcleo industrial, comercial y de servicios de la comarca, la capital del Besaya, y está próximo también a Miengo y Suances, con los que limita por el norte. Santillana del Mar le hace frontera al oeste, y Piélagos, al este.

Se trata de un municipio muy bien comunicado, ya que se encuentra muy cerca de la autovía A-67, la cual enlaza con Santander, y a su vez se sitúa muy cerca de Torrelavega, dotado de instalaciones ferroviarias y también dispone de un puerto fluvial en Requejada, uno de los pueblos que forman Polanco junto con otros 7, los cuales son: Barrio Obrero, Mar, Polanco, Posadillo, Requejada, Rinconeda, Rumoroso y Soña.

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

La estatua de Don José María de Pereda es una de los atractivos más significativos del municipio, ya que el escritor nació en 1833 en Polanco. Es considerado uno de los mejores novelistas españoles del S.XIX de la corriente realista. Su obra es reflejo de su biografía y personalidad.

La casona de José María de Pereda es otro lugar muy visitado y hoy en día, gracias a una ruta denominada "Ruta Cumbrales", se puede visitar de una manera muy fácil tanto las dos viviendas del escritor como sus obras, haciendo un pequeño seguimiento por su curiosa e importante vida.

En la arquitectura religiosa de la zona destaca la Ermita de San Pedro de Rumoroso, del siglo XVI, La iglesia de San Pedro en Polanco y La de San Andrés en Rumoroso, del siglo XVII.

REOCÍN

Número de habitantes	7.000
Superficie	32,1 Km ₂
Densidad de población	253 Km ₂
Distancia a la capital	31 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

La población actual de Reocín se ha incrementado debido a las mejoras en cuanto a la comunicación, por la construcción de la carretera N-634 Bilbao-Oviedo y la línea de cercanías de FEVE.

Este municipio limita al este con Torrelavega, al norte con Santillana del Mar; al sur, con Mazcuerras y Cartes; y al oeste, con Cabezón de la Sal y Alfoz de Lloredo.

De los doce núcleos poblacionales que lo conforman, la capitalidad recae sobre Puente San Miguel, histórica localidad que fuera cabeza de la provincia de los Nueve Valles de las Asturias de Santillana y donde se estableció la Casa de Juntas en la que se constituyó la provincia de Cantabria el 28 de julio de 1778. Esta fecha se conmemora cada año en el Día de las Instituciones, la fiesta más sobresaliente de las celebradas en Reocín.

El patrimonio histórico-artístico es muy destacado ya que a lo largo de todo el municipio podemos encontrar multitud de Iglesias, Ermitas y grandes Casonas Barrocas de tipología señorial. Algunas de las iglesias y ermitas más conocidas son La Iglesia de San Ginés, La Ermita de San José, Las Ermitas de San Pedro y de los Valles, La Ermita de San Juan Bautista, La Ermita de San Benito, La Ermita de Buen Suceso y la de los Mártires en Quijas.

Otros lugares de interés y por tanto de visita obligada son La Cueva de la Clotilde, La Torre gótica de Quijas del S.XVIII, La Torre Medieval en ruinas y El Palacio de los Bustamante.

RUILOBA

Número de habitantes	750
Superficie	14,7 Km ₂
Densidad de población	50,8 Km ₂
Distancia a la capital	43 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Municipio costero situado entre Comillas y Alfoz de Lloredo, a 43 kilómetros al oeste de Santander. El nombre de este término, deriva de la denominación fluvial 'Río de la Loba', lo que explica que en el centro de su escudo se plasmara la figura de este animal.

Los pueblos que forman dicho municipio son Casasola, Concha, La Iglesia, Liandres, Pando, Ruilobuca, Sierra y Trasierra.

Desde el punto de vista folclórico, goza de reconocida fama la ancestral danza de las lanzas, que se baila en la festividad de Los Remedios (2 de julio), una de las más destacadas del municipio.

La Iglesia de la Asunción, data del S.XVII y es una de las construcciones más representativas del municipio, pero, también hay que destacar como edificios emblemáticos La Casona de los Reyes y El Convento de las Carmelitas.

Otro lugar de importancia y emblemático de visitar es La Ermita de la Virgen de los Remedios fue obra del arquitecto Casimiro Pérez de la Riva, del S.XX y construcción moderna.

SANTILLANA DEL MAR

Número de habitantes	3.956
Superficie	28,2 Km ₂
Densidad de población	142,3 Km ₂
Distancia a la capital	30 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Situado al occidente de la franja litoral, Santillana del Mar limita por el oeste con Alfoz de Lloredo, por el este con Suances y por el sur con Reocín, Cartes y Torrelavega, a cuyo partido judicial pertenece.

Son 10 los pueblos que forman este importante y turístico municipio y son los siguientes Arroyo, Camplengo, Herrán, Mijares, Queveda, Santillana, Ubiarco, Vispieres, Viveda y Yuso.

Es una de las localidades cántabras más visitadas, dada la conservación de un patrimonio arquitectónico y urbanístico medieval donde destaca el conjunto de casonas y torres que simbolizan el poder nobiliario de la época.

Uno de los lugares de gran interés con diferencia es La Colegiata de Santillana, la cual fue declarada con su claustro Monumento Nacional en 1889. Este templo se construyó en el S.XII y cabe destacar que, el claustro de La Colegiata también es un lugar imprescindible para visitar.

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

El Ayuntamiento de Santillana es un edificio construido con la mezcla de la arquitectura del medio rural y el carácter palaciego de su entorno urbano. Aunque ha sufrido multitud de reformas, fue construido en el S.XVIII

Las torres mas conocidas son la Torre del Merino, construida en el S.XIV y la Torre de Borja, la cual data del S.XV.

El Palacio de los Velarde es uno de los más importantes de Santillana, y se encuentra cerca de La Colegiata. Fue construido en el S.XVI por Alonso de Velarde y su estilo es renacentista.

SAN VICENTE DE LA BARQUERA

Número de habitantes	4.453
Superficie	41,5 Km ₂
Densidad de población	110,4 Km ₂
Distancia a la capital	62 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

San Vicente de la Barquera es un municipio de la comarca costera cuyos límites geográficos son el mar Cantábrico al norte; Valdáliga y Herrerías al sur; al este Valdáliga, y al oeste Val de San Vicente.

Este precioso municipio está formado por nueve pueblos pero San Vicente de la Barquera, es la villa marinera por excelencia, como se manifiesta en todas sus tradiciones, costumbres y fiestas más populares, como La Folía y la procesión del Carmen. Por la gran belleza natural y patrimonial que alberga este enclave, el turismo es su principal fuente de riqueza.

El Parque Natural de Oyambre es el único atractivo natural del municipio y fue declarado Parque Natural el 21 de noviembre de 1988. En el se encuentran playas y dunas espectaculares. Muy cerca del Parque, podemos encontrar un espacio natural de gran riqueza vegetal, el conocido Monte Corona.

Es importante mencionar El Puerto de San Vicente de la Barquera, ya que tiene una capacidad para 150 amarres y su ría no es muy profunda. Desde aquí salen las excursiones por El Parque Natural de Oyambre y por la propia ría. También hay que destacar El Puente de la Maza, ya que atraviesa toda La Ría.

La Iglesia de Santa María de los Ángeles es otro lugar de visita, ya que desde allí se puede observar toda la bahía al completo y San Vicente con unas vistas inigualables.

Por último, El Palacio de la familia Corro fue mandado construir por la familia del Inquisidor Corro como hospital para los peregrinos, pero en la actualidad, es lo que se conoce como Ayuntamiento de San Vicente de la Barquera.

SUANCES

Número de habitantes	6.838
Superficie	24,56 Km ₂
Densidad de población	325,7 Km ₂
Distancia a la capital	35,3 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Suances está situado en la costa central de Cantabria, entre Santillana del Mar y la ría de San Martín de la Arena, estuario alimentado por los ríos Saja y Besaya y límite natural con Miengo.

Los pueblos que forman el municipio de Suances son Cortiguera, Hinojedo, Ongayo, Puente Avíos, Suances y Tagle.

Cuenta con una población de 6.838 habitantes y se extiende por 24,6 km² al sur de la amplia ensenada de Cabrera, flanqueada por las puntas de Bellota y del Dichoso. Esta última es una pequeña península y un espectacular mirador natural sobre la cual se alzan un emblemático faro y los restos de una de las antiguas baterías dispuestas para defender la costa.

Suances es sede de un destacado puerto pesquero y a finales del siglo XIX, se instalaron los primeros establecimientos balnearios, pero, con el paso del tiempo las infraestructuras veraniegas han terminado por modelar el perfil urbanístico y económico del municipio, que es hoy en día uno de los destinos turísticos más destacados de la Comunidad Autónoma Cántabra.

En este municipio, lo más atractivo y visitado por los turistas son sus playas como la playa de los locos, la playa de la concha, la playa de Suances y la playa de la ribera.

La estatua de los vientos se encuentra en la ladera de la playa de los locos y desde allí se obtienen unas vistas impresionantes de esa zona de la costa de Cantabria, pero también hay que resaltar el mirador de los locos, donde se tienen unas vistas únicas de la playa preferida por los surfers.

Otra estatua típica de la zona, es la estatua del Pescador, homenaje realizado a las personas que salen día tras día en busca de pesca a la mar y que por circunstancias o problemas diversos nunca vuelven.

Y otro lugar para visitar es El puerto de Suances, es pequeño y no es apto para grandes embarcaciones.

TORRELAVEGA

Número de habitantes	57.000
Superficie	35,2 Km ₂
Densidad de población	1.574 Km ₂
Distancia a la capital	25 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Segunda ciudad en importancia tras Santander, debido a su buena comunicación con autobuses, carreteras y trenes. Por ello, más de la mitad de la población se sitúa en la capital, mientras que el resto se alojan en los pueblos que la forman.

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Los nueve núcleos que forman dicho municipio son Barreda, Campuzano, Duález, Ganzo, La Montaña, Sierrapando, Tanos, Torres y Viérnoles, y en donde confluyen los cauces de los ríos Saja y Besaya.

Torrelavega ha sufrido un gran aumento en cuanto a trabajo, ya que se encuentran empresas de gran importancia como Sniace y Solvay

La Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, más conocida como la Iglesia Vieja, fue construida a finales del S.XIX e inaugurada en 1901. Se trata de la obra más representativa del Neogótico en Cantabria.

La Plaza de la Llama fue restaurada en el 2005 y es una de las más conocidas e importantes del municipio, ya que es donde se realiza el mercado semanal y donde se celebran las ferias de ganado desde el año 1973.

La Plaza del Grano es muy conocida y es una de las más bonitas del municipio, es allí donde se celebra el mercado del grano.

Desde el año 2002, El edificio de Nuestra Señora de la Paz forma parte del Inventario General del Patrimonio de Cantabria. Es un colegio religioso y en la fachada podemos encontrar la imagen de la virgen con el niño en brazos, y el resto de la fachada está cubierta con la palabra "Paz".

El Palacio Municipal fue construido en 1906 y es un edificio multifuncional, ya que hoy en día se encuentra El Ayuntamiento del municipio y dos oficinas de turismo.

UDÍAS

Número de habitantes	825
Superficie	19,6 Km ₂
Densidad de población	43,4 Km ₂
Distancia a la capital	50 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Udías está compuesto por los núcleos de población de Canales, Cobijón, La Hayuela, El Llano, Pumalverde, Rodezas, Toporias, Valoria y La Virgen. Limita al norte con Alfoz de Lloredo y Comillas y al sur con Valdáliga y Cabezón de la Sal.

Su paisaje está formado por pequeños cerros que se elevan hasta alcanzar los 200 y los 300 metros y crean el paso de cursos de agua que alimentan los arroyos de la Virgen y Llaín. Desde 1880, su Ayuntamiento es independiente.

En cuanto a recursos turísticos de interés, está tanto La Iglesia gótica de Pumalverde del S.XV como La Iglesia Parroquial En La Hayuela

La Cueva del Rescaño, llama mucho la atención ya que tiene 13 Kms de cavidad y por el interior discurre un río.

VALDÁLIGA

Número de habitantes	2.500
Superficie	97,8 Km ₂
Densidad de población	24 Km ₂
Distancia a la capital	58 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Limita con Cabezón de la Sal, Udías y Comillas por el este, con Rionansa, Herrerías y San Vicente de la Barquera por el oeste, y asoma al mar Cantábrico por el norte, siendo El Tejo el núcleo de población más próximo a la costa.

El resto de pueblos que forman dicho municipio son Caviedes, Labarces, Lamadrid, Roiz, San Vicente del Monte y Treceño.

La combinación de mar y montaña que caracteriza a este enclave hace que goce de una gran variedad de recursos naturales.

El lugar más turístico y por ello más visitado en todo el municipio es La Cueva del Soplaio, la cual fue descubierta en 1908 y abierta al público en el año 2005. Es un lugar precioso y su visita es imprescindible ya que es una oportunidad única. Aparte de tener multitud de estalactitas y estalagmitas también podemos encontrar una gran concentración de excéntricas del mundo. Por ello, para ver la cueva y facilitarnos el recorrido, tienen a disposición del público unas visitas guiadas.

VAL DE SAN VICENTE

Número de habitantes	2.600
Superficie	50,9 Km ₂
Densidad de población	54,2 Km ₂
Distancia a la capital	70 Km

Fuente: Elaboración propia. Cantabria 102 municipios (2013)

Es el área más occidental de la Costa Cántabra y la desembocadura del río Deva, a través de la ría de Tina Mayor, constituye la línea divisoria entre la región Cántabra y Asturias. Tanto ésta como la ría de Tina Menor, que forma el Nansa en su salida al mar Cantábrico, son dos de los privilegiados enclaves naturales.

Val de San Vicente es un municipio donde se realizan multitud de actividades turísticas deportivas, entre las que cabe destacar El Descenso Internacional del río Deva en piragua, que se celebra a finales de Agosto.

Por otro lado, La Iglesia de Prío del S.XVI, fue construida sobre otra anterior, pero lo único que conservaron fue la portada de arcos apuntados. Otras Iglesias de interés son: La Iglesia de Pechón, La Iglesia de Serdio y La Iglesia de Muñorrodero.

Son muy visitados La Casa Mayor de Luey, La Casona de Molleda, El Cementerio de Portillo, y El Coter en Prío, que es un conjunto de una veintena de casas en hilera.

2.2. Estructura de alojamiento turístico en la Comarca de la Costa Occidental

En cuanto a la categoría de los diferentes establecimientos hay que destacar que varía en función del tipo de municipio, puesto que hay municipios que son más visitados que otros por el tipo de actividades o productos y servicios que ofrecen.

San Vicente de la Barquera, Comillas, Santillana del Mar y Suances, a diferencia de Cartes, Miengo, Polanco, Reocín, Ruiloba, Udías y Valdáliga, tienen establecimientos con mayor categoría ya que son los más turísticos de la Costa Occidental y el número de visitantes es mucho mayor, por lo tanto ofrecen una gran variedad de alojamientos para toda clase de clientes, ya sea por su situación económica o por sus gustos personales.

En el municipio de Torrelavega se concentra el mayor centro urbanístico de la zona por el número de población y las importantes empresas que dan vida a los habitantes del lugar. Algunas de las más importantes son: Solvay, Sniace y Aspla.

A este tipo de municipios acude un turismo muy variado, puesto que puede elegir entre muchas opciones que la provincia en concreto puede aportar. Dependiendo de las aficiones de cada uno, pueden escoger entre mar, montaña e infinidad de rutas culturales.

La época del año en la que más acuden los visitantes es en los meses de Junio a Septiembre debido al buen clima. A pesar de todo, en invierno, aunque la demanda es más baja, existen diferentes tipos de actividades que se pueden realizar (Estación de Ski, Senderismo, Picos de Europa...).

En esta estación del año, los establecimientos hoteleros no están a tan alto rendimiento como en los meses de verano pero, en general, pueden subsistir.

Tabla 1. Análisis por municipios de la hostelería en la Costa Occidental

	HABITACIONES	APARTAMENTOS	PLAZAS	ESTABLECIMIENTOS	% MUNICIPAL
Alfoz de Lloredo	279	38	663	35	5,48
Cabezón de la Sal	146	31	388	20	3,21
Cartes	39	15	127	9	1,05
Comillas	371	82	1.345	32	11,11
Miengo	157	6	404	9	3,34
Polanco	40	6	122	7	1,00
Reocín	209	1	416	18	3,44
Ruiloba	46	-	320	5	2,65
Santillana del Mar	831	129	2.509	80	20,73
San Vicente de la Barquera	511	54	1.558	51	12,88
Suances	736	54	1.741	47	14,39
Torrelavega	439	-	823	20	6,80
Udías	52	-	99	7	0,82
Valdáliga	136	16	328	23	2,71
Val de San Vicente	360	25	1.258	33	10,40
TOTALES	4.352	457	12.101	396	100,01

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

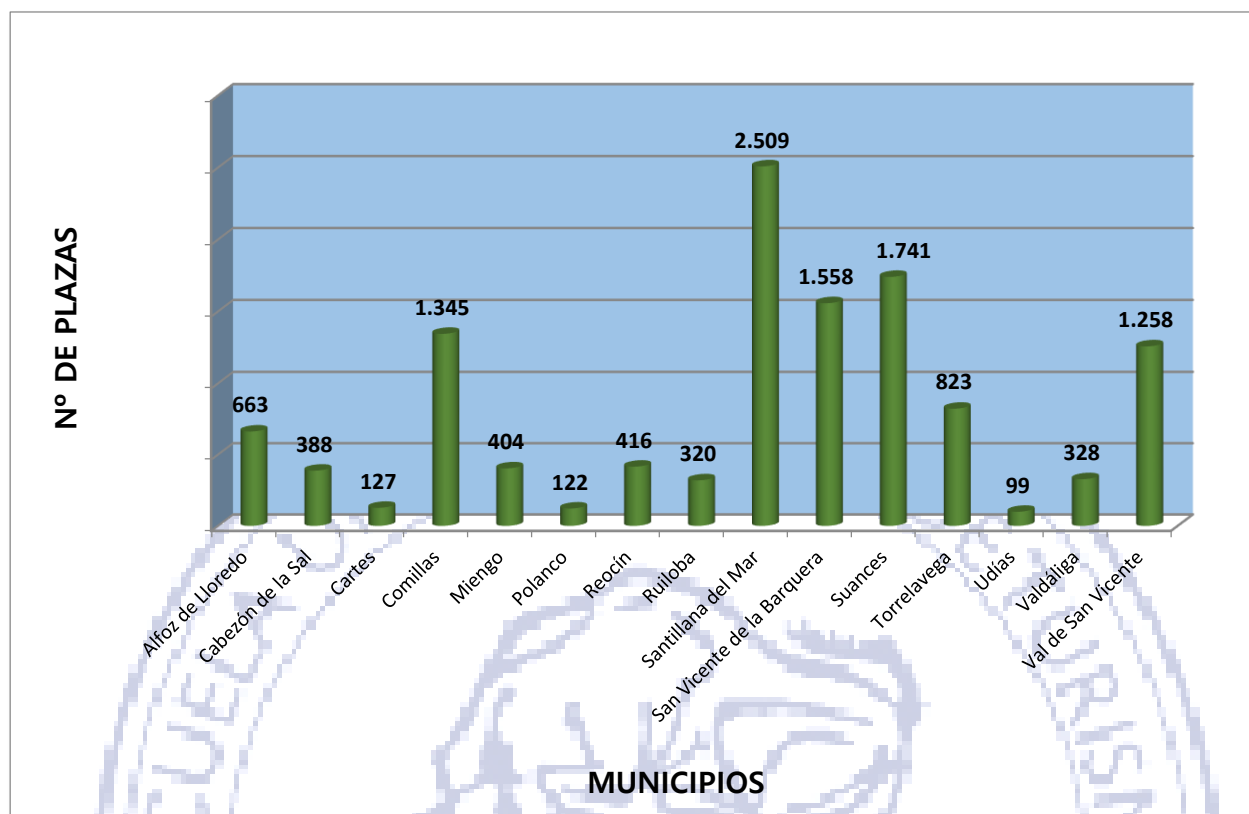
En la tabla 1 se refleja el número total de habitaciones, de apartamentos, de plazas, de establecimientos y el porcentaje municipal de cada uno de los 15 municipios que forman la comarca.

Como se puede observar, Santillana del Mar es el municipio con mayor número tanto de habitaciones (831), como de apartamentos (129), plazas (2.509) y establecimientos (80).

Por el contrario, Ruiloba es el que menos habitaciones y establecimientos posee, ya que tiene un total de 40 habitaciones y 5 establecimientos.

Ruiloba, Torrelavega y Udías no tienen ningún apartamento y el menor número de plazas se encuentra en Udías con 99.

Gráfico 1. Número de plazas totales por municipio



Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

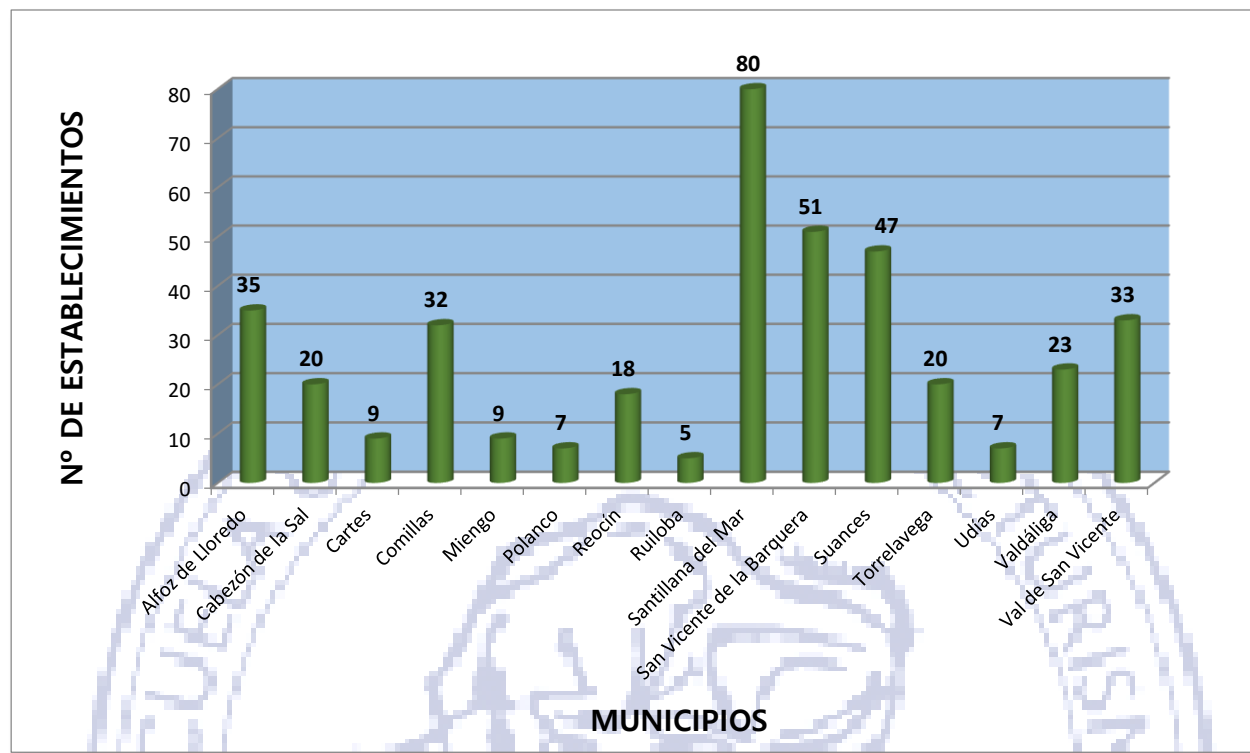
En el gráfico 1 se plasma el número de plazas con las que cuenta cada municipio que forma la Costa Occidental de Cantabria.

Santillana del Mar es el que cuenta con un mayor número de plazas, en concreto 2.509 plazas, y es debido a que se trata de una de las zonas más turísticas de toda la provincia.

En segundo lugar se encuentra Suances con 1.741 plazas y le sigue San Vicente de la Barquera con un total de 1.558 plazas.

Como se puede apreciar, de los 15 municipios que forma la Costa Occidental, los tres lugares con un número menor de plazas son los siguientes: Cartes con un total de 127 plazas, Polanco con 122 plazas, y por último, Udías con 99 plazas.

Gráfico 2. Número de establecimientos totales por municipio



Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En cuanto al número de establecimientos (gráfico 2) destaca que existe un municipio que predomina sobre los demás por su elevado número de establecimientos y es Santillana del Mar con un total de 80 establecimientos. A continuación, le sigue San Vicente de la Barquera con 51 establecimientos y Suances con 47.

Por el contrario, los tres municipios que cuentan con un menor número de establecimientos son Udías y Polanco con 7 establecimientos cada uno y Ruiloba con 5 establecimientos. Esto es debido a que son los lugares con menor atractivo turístico de la Costa Occidental, por lo que el número de establecimientos es muy escaso.

Tanto en el primer como en el segundo gráfico, podemos concluir que el municipio que cuenta con mayor número de plazas y de establecimientos es Santillana del Mar, los municipios con un menor número de plazas son Udías y Polanco y los municipios con un menor número de establecimientos son Ruiloba, Udías y Polanco.

Tabla 2. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Alfoz de Lloredo:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	3	143
Hostales	1	10
Pensiones	7	173
Apartamentos turísticos	5	53
Posadas	10	178
Viviendas Rurales	8	83
Casonas y Palacios	1	23

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En la tabla 2 se muestra el número de establecimientos y el número de plazas por tipología y cómo podemos observar, las posadas son las que mayor número de establecimientos y plazas tienen, con un total de 10 y 178 respectivamente.

Por el contrario los hoteles, las casonas y palacios, cuentan con un establecimiento, y el menor número de plazas se encuentra en la tipología de los hoteles.

Tabla 3. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Cabezón de la Sal:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	2	50
Pensiones	8	159
Apartamentos turísticos	4	86
Posadas	2	33
Viviendas Rurales	2	29
Casas de labranza	1	7
Casonas y Palacios	1	24

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En este caso (tabla 3), las pensiones cuentan con un total de 8 establecimientos y 159 plazas en todo el municipio, pero, las casas de labranza tienen 1 establecimiento y 7 plazas, al igual que las casonas y palacios que cuentan con 1 establecimiento.

Tabla 4. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Cartes:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	1	27
Pensiones	2	21
Apartamentos turísticos	1	9
Posadas	2	24
Viviendas Rurales	3	46

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En el municipio de Cartes (tabla 4), el mayor número de establecimientos y de plazas se encuentra en la tipología de viviendas rurales con un total de 3 establecimientos y 46 plazas. En cambio, los hoteles y los apartamentos turísticos poseen 1 establecimiento, y este último 9 plazas.

Tabla 5. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Comillas:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	8	475
Hostales	1	23
Pensiones	10	118
Apartamentos turísticos	5	309
Posadas	6	97
Viviendas Rurales	1	18
Camping	1	305

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

El mayor número de establecimientos en Comillas se encuentra en las pensiones con un total de 10, y los hoteles tienen un total de 475 plazas, ya que es uno de los lugares más turísticos de la comarca en época vacacional. Los hostales, viviendas rurales y campings cuentan con 1 establecimiento cada uno y el menor número de plazas se encuentra en las viviendas rurales.

Tabla 6. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Miengo:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	3	252
Pensiones	1	18
Apartamentos turísticos	1	12
Posadas	3	57
Camping	1	65

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En el municipio de Miengo (tabla 6), el número de establecimientos no es muy elevado, por lo que los hoteles y las posadas cuentan con 3 establecimientos y las pensiones, apartamentos turísticos y campings con 1. El mayor número de plazas esta relacionada con los hoteles con 252, y el menor con los apartamentos turísticos con solamente 12.

Tabla 7. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Polanco:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	1	27
Pensiones	2	31
Apartamentos turísticos	1	26
Posadas	2	28
Viviendas Rurales	1	10

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

Polanco es un municipio al igual que Miengo (tabla 7), con un número pequeño de establecimientos. Como podemos observar en la tabla, las pensiones y las posadas cuentan con 2 establecimientos cada uno a diferencia de los hoteles, apartamentos turísticos y viviendas rurales que cuentan con 1. El mayor número de plazas se encuentra en la tipología de las pensiones con 31, y el menor número plazas son 10, las cuales pertenecen a las viviendas rurales.

Tabla 8. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Reocín:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	4	152
Pensiones	4	48
Posadas	6	125
Viviendas Rurales	1	14
Casonas y Palacios	3	77

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En Reocín (tabla 8), los hoteles y pensiones son donde más establecimientos existen, cada uno cuenta con 4 establecimientos, y el menor número tanto de establecimientos como de plazas pertenece a las viviendas rurales con 1 establecimiento y 12 plazas. Los hoteles poseen 152 plazas en total.

Tabla 9. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Ruiloba:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	1	21
Pensiones	1	17
Posadas	2	42
Camping	1	240

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

Observando la tabla (tabla 9), podemos apreciar que el mayor número de plazas se encuentra en los campings con 240, y el menor en las pensiones. El número de establecimientos son muy pocos comparados con otros municipios, ya que hay 2 posadas, 1 hotel, 1 pensión y 1 camping.

Tabla 10. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Santillana del Mar:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	20	1.015
Hostales	1	18
Pensiones	20	248
Apartamentos turísticos	17	310
Posadas	10	194
Viviendas Rurales	7	167
Casas de labranza	1	6
Casonas y Palacios	2	81
Camping	2	470

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

Santillana del Mar (tabla 10) es uno de los municipios con mayor número de establecimientos y de plazas. Tanto en los hoteles como en las pensiones existe un total de 20 establecimientos y el menor número de establecimientos se encuentra en los hostales y casas de labranza.

Al observar la tabla, llama la atención el número de plazas de los hoteles con un total de 1.015 y también el menor número que pertenece a las casas de labranza con un total de 6.

Tabla 11. Número de establecimientos y de plazas por tipología en San Vicente de la Barquera:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	11	461
Hostales	1	12
Pensiones	19	337
Apartamentos turísticos	5	172
Albergues turísticos	2	75
Posadas	5	66
Viviendas Rurales	6	49
Camping	2	386

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En San Vicente de la Barquera (tabla 11), el mayor número de establecimientos se encuentra en las pensiones y el menor en los hostales con tan sólo 1 establecimiento. Los hoteles cuentan un total de 461 plazas, a diferencia de las 12 plazas que pertenecen a los hostales.

Tabla 12. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Suances:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	18	1.087
Hostales	1	18
Pensiones	8	91
Apartamentos turísticos	9	196
Albergues turísticos	1	32
Posadas	9	153
Camping	1	164

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

Suances (tabla 12) es el municipio con mayor número de plazas, un total de 1.087, y le sigue como se ha mencionado anteriormente Santillana del Mar, siendo ambos lugares muy turísticos en épocas de verano.

El menor número de plazas se encuentra en los hostales con 18. Los hoteles son la tipología donde más establecimientos existen, a diferencia de los hostales, albergues turísticos y campings, los cuales cuentan con 1 establecimiento.

Tabla 13. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Torrelavega:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	8	626
Hostales	1	12
Pensiones	10	169
Casas de labranza	1	16

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En Torrelavega (tabla 13), las pensiones son las que más establecimientos poseen en este municipio, con un total de 10. Por el contrario, los hoteles y las casas de labranza cuentan con 1 establecimiento cada uno. El número de plazas superior es de 626, el cual pertenece a los hoteles. Los hostales tienen 12 plazas en total, por lo que les convierte en el menor nº de plazas.

Tabla 14. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Udías:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Pensiones	1	11
Posadas	6	88

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En el municipio de Udías (tabla 14), al ser tan pequeño, solamente hay pensiones y posadas. Las pensiones tienen un total de 1 establecimiento y 11 plazas, a diferencia de las posadas, las cuales tienen 6 establecimientos y 88 plazas en total.

Tabla 15. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Valdáliga:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	2	94
Apartamentos turísticos	1	9
Posadas	8	99
Viviendas Rurales	9	66
Casas de labranza	1	8
Casonas y Palacios	2	52

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En el municipio de Valdáliga (tabla 15), el mayor número de establecimientos es de 9, y hace referencia a las viviendas rurales. En cambio, el menor número es de 1 establecimiento y se encuentra tanto en los apartamentos turísticos como en las casas de labranza. El mayor número de plazas es el de las posadas, aunque los hoteles también tienen un número elevado ya que solamente les saca 5 plazas.

Tabla 16. Número de establecimientos y de plazas por tipología en Val de San Vicente:

TIPOLOGÍA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
Hoteles	4	263
Hostales	4	115
Pensiones	7	106
Apartamentos turísticos	4	112
Posadas	9	206
Viviendas Rurales	4	56
Camping	1	400

Fuente: Elaboración propia. Gobierno de Cantabria (2013).

En Val de San Vicente (tabla 16), las posadas son las que mayor número de establecimientos tienen con un total de 9, y el menor número de establecimientos y el mayor número de plazas pertenecen a los campings, con 1 establecimiento y 400 plazas en total.

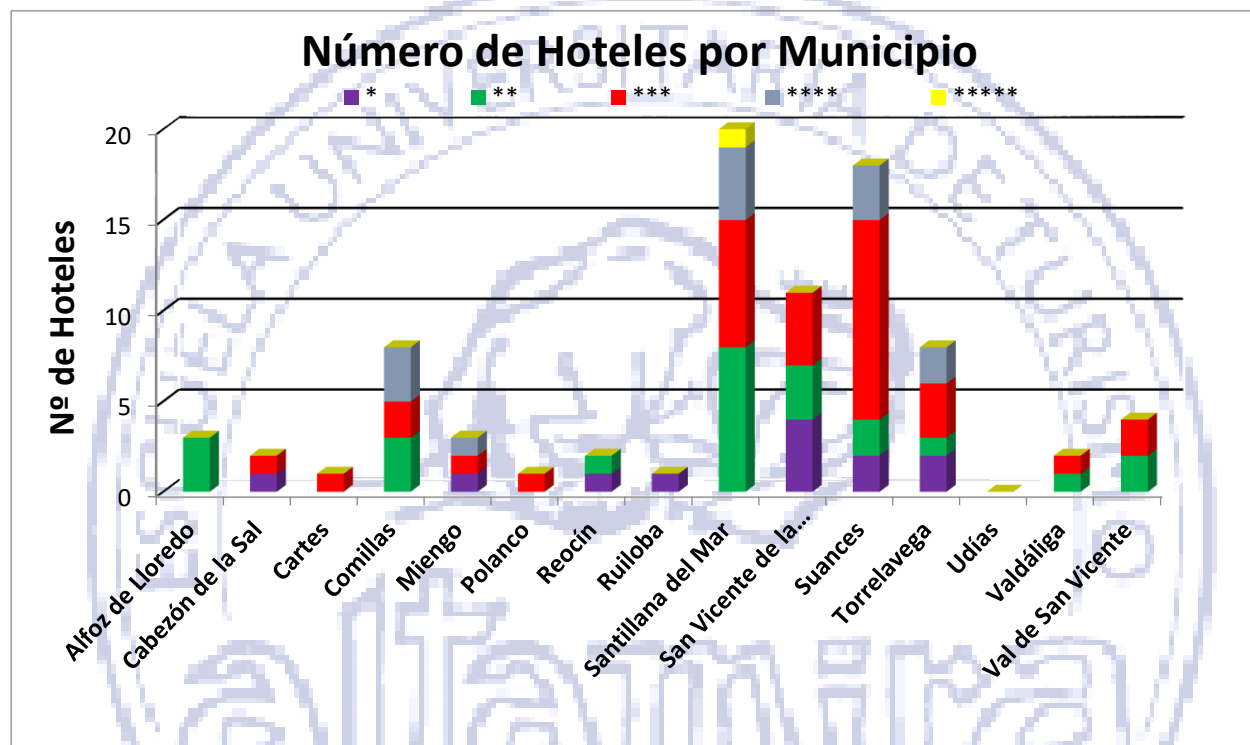


2.2.1. La hotelería en la comarca turística de la Costa Occidental

Los establecimientos hoteleros con los que cuenta la Costa Occidental de Cantabria son de gran importancia y es en lo que se centra el estudio del trabajo presente.

Haremos una división de los diferentes hoteles que tiene cada municipio en cuanto a la categoría de estrellas al que pertenecen y el número de hoteles que tiene cada municipio.

Gráfico 3. Número de Hoteles por Municipio



Fuente: Elaboración propia a partir del Gobierno de Cantabria (2013).

En el gráfico 3, las barras representan el número de hoteles que hay en cada municipio, y cada color dentro de la barra representa el número de hoteles de cada categoría.

El municipio que cuenta con un mayor número de hoteles es Santillana del Mar, aunque Suances también tiene un número de hoteles elevado:

En cambio, Udías no tiene ninguno, mientras que los municipios de Cartes, Polanco y Ruiloba tienen un número de hoteles similar.

En cuanto a las diferentes categorías, en Suances la mayoría de los hoteles son de 3 estrellas y en Santillana del Mar la cantidad de hoteles de 2 y 3 estrellas es muy parecida.

Por tanto se puede deducir que los hoteles de 2 y 3 estrellas son los que más abundan en la comarca.

El único municipio que cuenta con 1 hotel de 5 estrellas es Santillana del Mar, principalmente por ser una de las localidades cántabras más visitadas y por su amplio patrimonio artístico.

Tabla 17. Categoría de los hoteles por municipio

Municipio	*	**	***	****	*****	Total Hoteles/Municipio
Alfoz de Lloredo	0	3	0	0	0	3
Cabezón de la Sal	1	0	1	0	0	2
Cartes	0	0	1	0	0	1
Comillas	0	3	2	3	0	8
Miengo	1	0	1	1	0	3
Polanco	0	0	1	0	0	1
Reocín	1	1	0	0	0	2
Ruiloba	1	0	0	0	0	1
Santillana del Mar	0	8	7	4	1	20
San Vicente de la Barquera	4	3	4	0	0	11
Suances	2	2	11	3	0	18
Torrelavega	2	1	3	2	0	8
Udías	0	0	0	0	0	0
Valdágila	0	1	1	0	0	2
Val de San Vicente	0	2	2	0	0	4
Total Hoteles/categoría	12	24	34	13	1	84

Fuente: Elaboración propia a partir del Gobierno de Cantabria (2013).

Según la categoría de los hoteles por municipio Santillana del Mar (Tabla 17), es el municipio con mayor número de hoteles, mientras que por el contrario, el municipio de Udías no cuenta con ningún establecimiento hotelero.

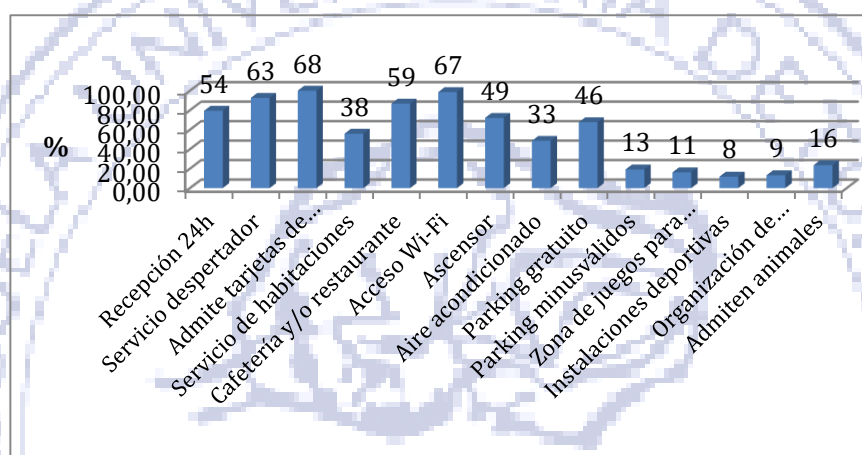
3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este apartado se analizan cada una de las preguntas que se han realizado a los distintos hoteles encuestados que forman la Costa Occidental de Cantabria.

Para ello, se ha realizado un análisis de cada una de las respuestas obtenidas para poder dar datos específicos y concretos sobre las preguntas realizadas.

Por tanto, los resultados de las 68 encuestas realizadas son los siguientes:

Gráfico 4. Instalaciones de los establecimientos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4 los números representan el número de establecimientos que tienen las distintas instalaciones y las barras hacen referencia al porcentaje de establecimientos que poseen dichas instalaciones.

Como podemos observar, las instalaciones más frecuentes con las que cuentan los establecimientos son:

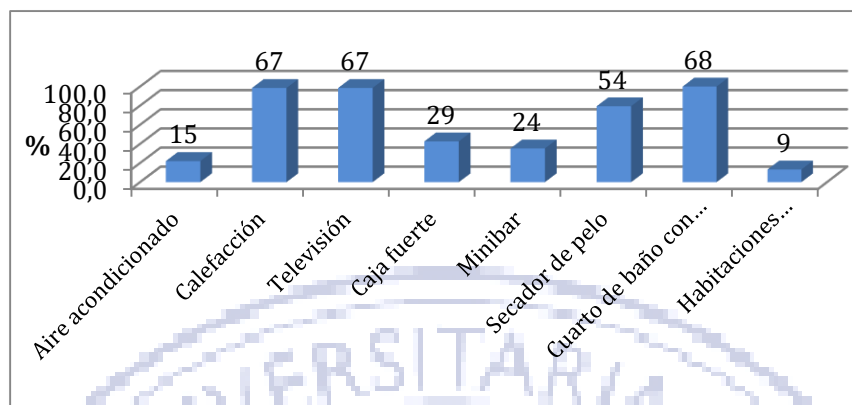
* La admisión de tarjetas de crédito, el acceso Wi-Fi, el servicio despertador, la cafetería y/o restaurante y la recepción 24h.

En cambio, son muy pocos los hoteles que poseen instalaciones como la admisión a animales, el parking para minusválidos, una zona de juego para niños, la organización de excursiones y una zona con instalaciones deportivas.

Se puede concluir que los hoteles cuentan con unos servicios mínimos importantes, pero ofrecen pocas alternativas específicas a sus clientes.

A pesar de haberlo expuesto antes, es importante resaltar que en la zona estudiada, absolutamente todos los establecimientos hoteleros admiten tarjetas de crédito para sus clientes, siendo un punto de bastante importancia ya que es un servicio muy demandado por la sociedad actual.

Gráfico 5. Instalaciones en las habitaciones de los establecimientos



Fuente: Elaboración propia

El gráfico 5 muestra las principales instalaciones con las que cuentan las habitaciones de los diferentes hoteles estudiados.

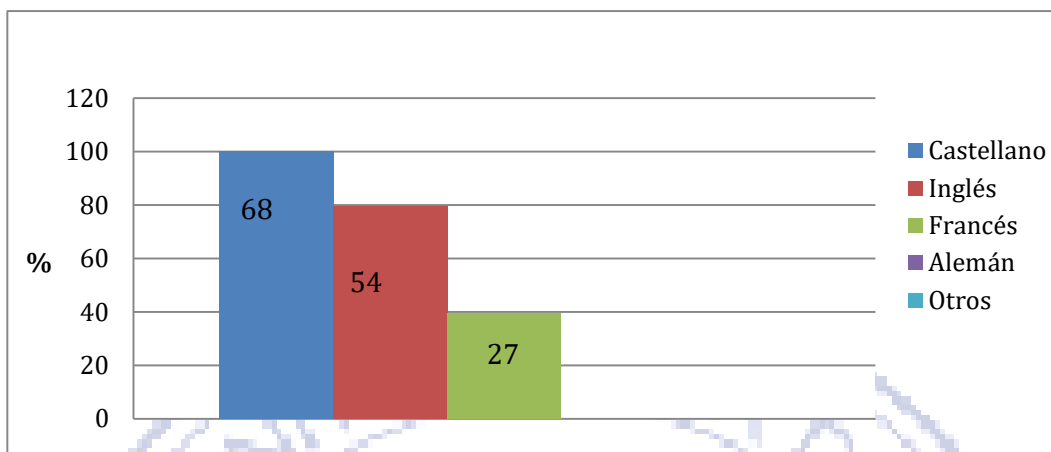
Al igual que el gráfico anterior, los números del eje horizontal nos muestran el número de establecimientos que poseen dichas instalaciones y el eje vertical nos indica el porcentaje de establecimientos que cuentan con ellas.

Podemos destacar que el cuarto de baño con bañera es la única instalación que tienen los 68 hoteles estudiados, y le sigue con un total de 67 establecimientos las instalaciones como la calefacción y la televisión. Se puede concluir que los establecimientos cuentan con una serie de servicios mínimos muy demandados por los clientes, si bien es cierto que no son del todo suficientes.

A diferencia de este tipo de instalaciones más comunes, se encuentran algunas menos frecuentes como las habitaciones adaptadas para minusválidos que se encuentran solamente en 9 establecimientos hoteleros y el aire acondicionado en 15.

Por tanto, aunque los hoteles analizados cuentan con los servicios mínimos indicados, todavía existe un punto de mejora importante a la hora de adaptar las instalaciones con unos servicios más sofisticados y más atractivos para atraer a otro tipo de clientes que pueda potenciar el negocio todavía más.

Gráfico 6. Idiomas exigidos a los recepcionistas de los establecimientos hoteleros



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 6 los números muestran indican el total de establecimientos que exigen los diferentes idiomas y el eje horizontal hacen referencia al porcentaje de los establecimientos donde son obligatorios dichas lenguas.

El idioma exigido en todos los establecimientos hoteleros en La Costa Occidental de Cantabria es el castellano, al ser la lengua de la zona, pero el 79,41 % de los hoteles obliga a los recepcionistas a saber una segunda lengua tan común como es el inglés, de especial importancia para poder tener acceso a una tipología de turista extranjero, ya que en muchas ocasiones el cliente suele ser internacional y el conocimiento de un idioma tan popular mundialmente es esencial para poder darles el servicio que demandan.

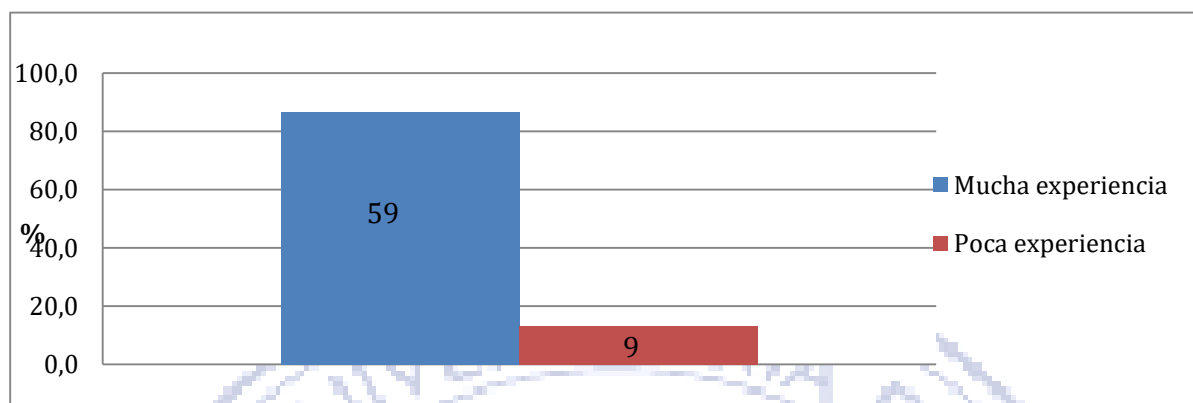
En cambio, un idioma como es el francés no es tan exigido para los recepcionistas de esta zona de Cantabria, ya que se exige el conocimiento de esta lengua exclusivamente en 27 establecimientos hoteleros.

Como podemos observar en el gráfico, el alemán y otro tipo de idiomas no son obligatorios a la hora de trabajar como recepcionista en cualquier hotel de La Costa Occidental de Cantabria, ya que no hay ningún hotel donde este tipo de habla sea necesario.

Por tanto, en este apartado podemos concluir que los establecimientos no cuentan con un perfil de recepcionista que domine idiomas internacionales, siendo un punto de especial mejora para ellos para poder plantear en sus planes de desarrollo el poder atraer a otro tipo de clientes de esos países.

Se trata de un perfil especialmente significativo ya que el simple hecho de no tener conocimiento de una serie de idiomas, hace que se cree una barrera de entrada a ese mercado.

Gráfico 7. Experiencia exigida a los recepcionistas hoteleros



Fuente: Elaboración propia

Los datos que nos aporta el gráfico 7 hacen mención al número de establecimientos donde los recepcionistas tienen mucha o poca experiencia en el sector, y las barras azul y roja, representan el porcentaje de establecimientos que la cumplen.

De los resultados que nos aporta se ve con claridad que el 86,8 % de los establecimientos trabajan con recepcionistas que tienen mucha experiencia en el sector, debido a que en muchos casos, son hoteles familiares y son ellos mismos quienes están al cargo del negocio desde el comienzo.

Por el contrario, un 13,2% de los establecimientos cuentan con personal con menos práctica en el sector.

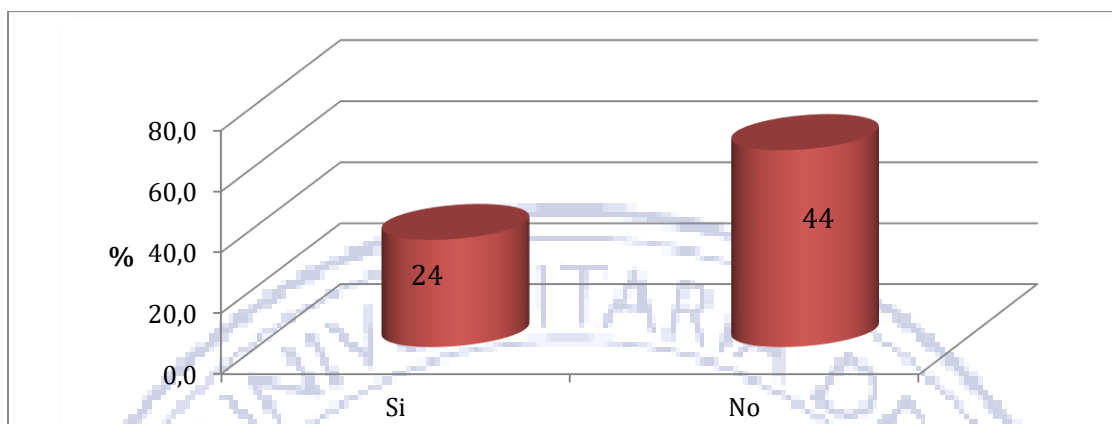
Por un lado, se trata de un hecho muy positivo de cara a poder ofrecer un servicio excelente al cliente el poder contar con un personal tan bien cualificado, ya que es la mejor manera de poder tener a un cliente bien fidelizado para que pueda volver al establecimiento, así como para que pueda recomendar el mismo a su eje de influencia.

Cabe destacar que en el mercado actual, las recomendaciones de este tipo de negocios son bastante relevantes, ya que el simple hecho de indicar que el servicio del recepcionista ha sido malo puede provocar que un cliente no contrate el servicio.

Sin embargo, el hecho de que sean negocios en su mayoría familiares, hace que en muchos casos el nivel de exigencia no sea tan alto como en otras cadenas más profesionalizadas.

Por tanto, los datos son buenos pero se puede perfeccionar un poco todavía, para poder mejorar el negocio.

Gráfico 8. Establecimientos asociados o no a sistemas de regalos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 8 los números representan el total de establecimientos que están asociados o no a algún sistema de regalos por bonos y las barras muestran el porcentaje de establecimientos que tienen o no este tipo de oferta.

Como podemos percibir el 64,7 % de los establecimientos encuestados no están asociados a ningún tipo de sistema de regalos por bonos, a diferencia del 35,3 % de los hoteles que si lo están.

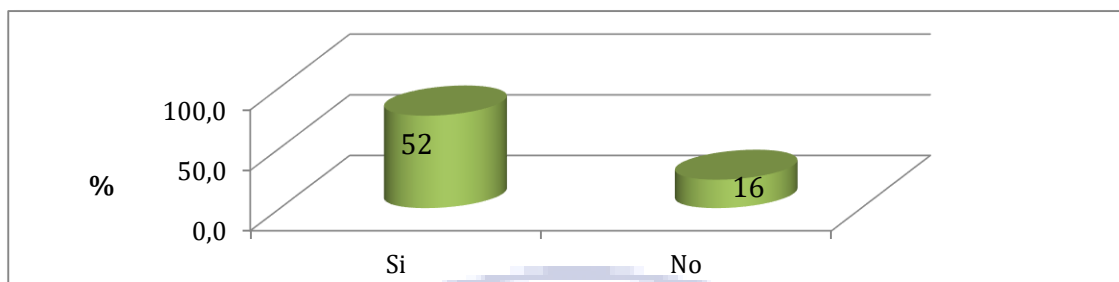
Dichos hoteles que no están asociados a ningún tipo de sistema de bonos o smartbox, aseguran que hoy en día no es el método más adecuado para una mayor obtención de clientes y que además no aporta demasiados beneficios.

Sin embargo, se puede concluir que es un resultado especialmente significativo, ya que el sistema de bonos o smartbox es un medio que en el mercado actual, tanto empresas o particulares emplean como medida de retribución en especie o de regalo respectivamente.

Por ello, el hecho de que un porcentaje tan elevado de establecimientos no cuenten con ningún tipo de sistema de este tipo, es destacable debido a que se deja de lado a un perfil de cliente que cada vez es más elevado, pudiendo no solo hacer buenas recomendaciones sino dar buena imagen a los establecimientos.

Por tanto, es un aspecto a poder tener en consideración por los gerentes hoteleros, como posible medida de mejora.

Gráfico 9. Hoteles asociados o no a centrales de reservas



Fuente: Elaboración propia

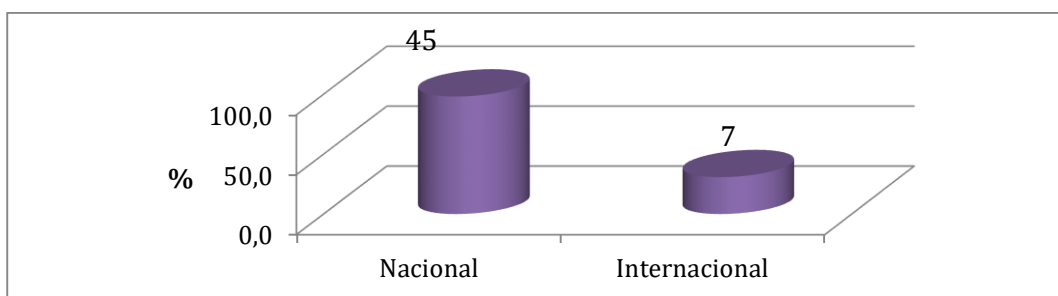
Los números del gráfico 9 muestran el total de establecimientos que están asociados o no a centrales de reservas y las barras verdes del nos indican el porcentaje de establecimientos que están o no afiliados a ellas.

El 76,5 % de los 68 establecimientos hoteleros encuestados están asociados a alguna central de reservas para captar al mayor número de clientes posibles, y en cambio solamente un 23,5% de los hoteles no están asociados a ninguna central de reservas.

Se puede concluir que a pesar de que en su mayoría no están asociados a un sistema de bonos como vimos anteriormente, sí que tienden a asociarse a centrales de reservas que no solo hacen una parte de su trabajo, sino que dan una especial relevancia a los hoteles, puesto que pueden acceder a un perfil de cliente al que los establecimientos, por sí solos, no podrían acceder.

Por tanto, el estar asociado a este tipo de centrales, hace que se pueda incrementar la cuota de mercado de los hoteles analizados. Por un lado accediendo a muchos más clientes y por otro porque las recomendaciones que otorgan los clientes tienen también una gran difusión que por sí mismos no llegarían a tantos clientes.

Gráfico 10. Clientela nacional o internacional



Fuente: Elaboración propia

Los números que se observan en el gráfico 10 muestran el total de establecimientos a los que les llega más clientela nacional o internacional y las barras moradas representan el porcentaje de establecimientos que obtienen esa determinada clientela.

De los 52 establecimientos hoteleros que si están asociados a una central de reservas, 45 hoteles tienen más clientes nacionales que extranjeros, a diferencia de 7 hoteles los cuales tienen más turistas internacionales.

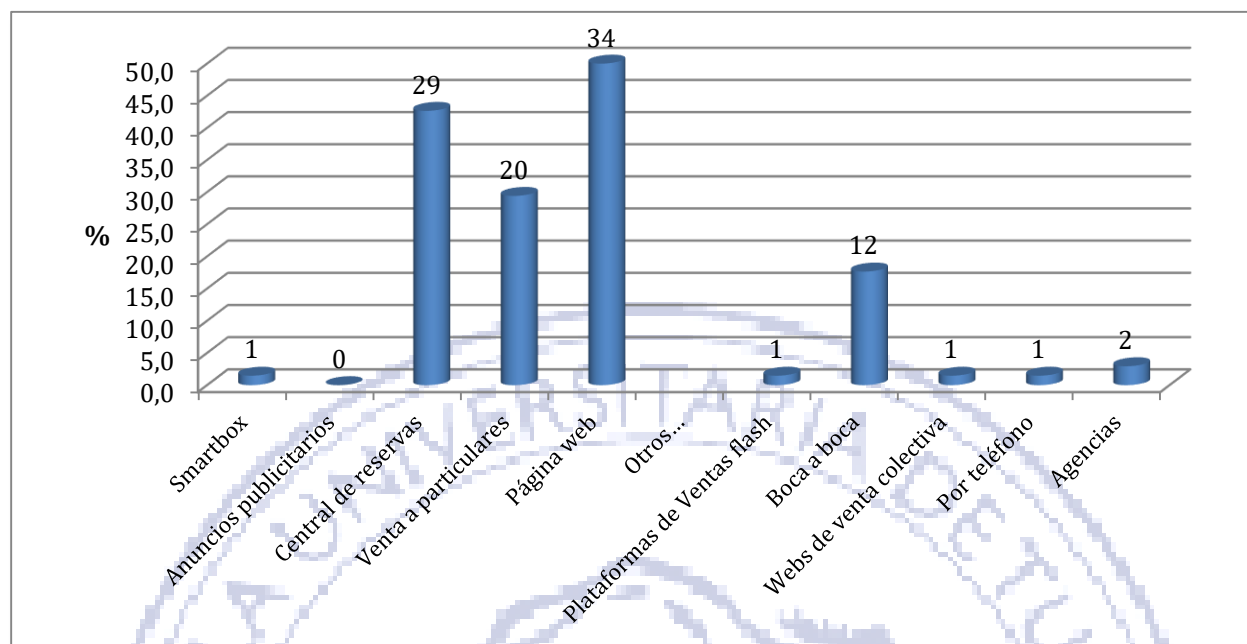
Se puede concluir por tanto que el predominio de clientes de los hoteles es mayoritariamente nacional, dejando de lado un perfil internacional de gran importancia por su volumen y cuota de mercado relevante.

Para ello, como bien hemos indicado anteriormente, sería necesaria una buena preparación del perfil de los empleados de los establecimientos, que sean capaces de atender en su idioma de origen a los potenciales clientes internacionales.

Y por otro lado, teniendo una buena plataforma online de acceso a esta tipología de turista, se podría potenciar su contacto con ellos.

Es sin duda alguna, un punto de mejora que se deberían plantear para incrementar la cuota de mercado y poder mejorar así los márgenes de contribución.

Gráfico 11. Obtención de clientes



Fuente: Elaboración propia

Los números hacen referencia al número de establecimientos que obtienen más clientes de diferentes medios y las barras azules muestran en el eje vertical el porcentaje de establecimientos que acceden a través de esas vías de comercialización.

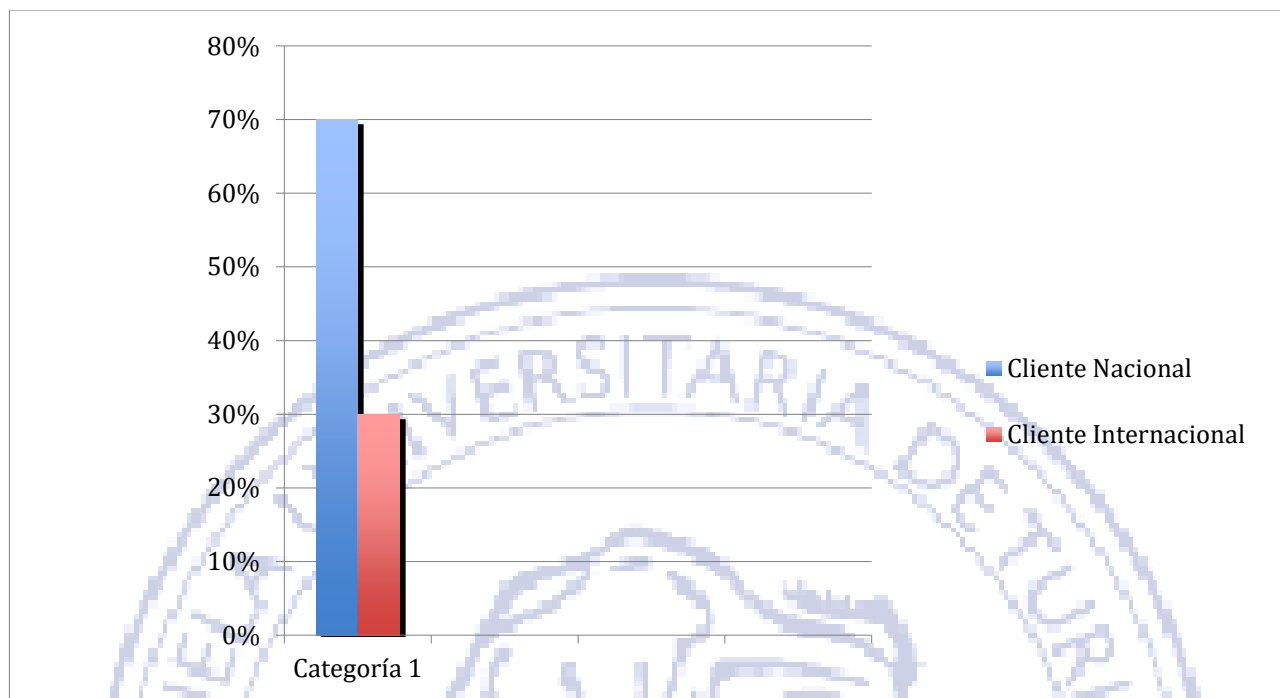
En primer lugar, la página web se trata del método más generalizado a la hora de captar clientes, ya que la mitad de los establecimientos analizados obtienen un buen número de clientes a través de este medio.

Posteriormente le sigue la central de reservas, en donde multitud de turistas, reservan sus vacaciones gracias a su gran difusión y publicidad.

Por el contrario, tras las encuestas realizadas, los anuncios publicitarios no son una buena forma de obtener clientela para dichos establecimientos ya que de todos los encuestados, nadie a elegido dicha opción.

Se puede concluir que los medios tradicionales de venta, como por ejemplo las agencias de viaje, cada vez más dejan de estar presentes como medio de captación de clientes, ya que el perfil del cliente actual tiende a contratar los servicios por las plataformas web, así como por los medios más modernos.

Gráfico 12. Porcentaje de clientes nacionales e internacionales



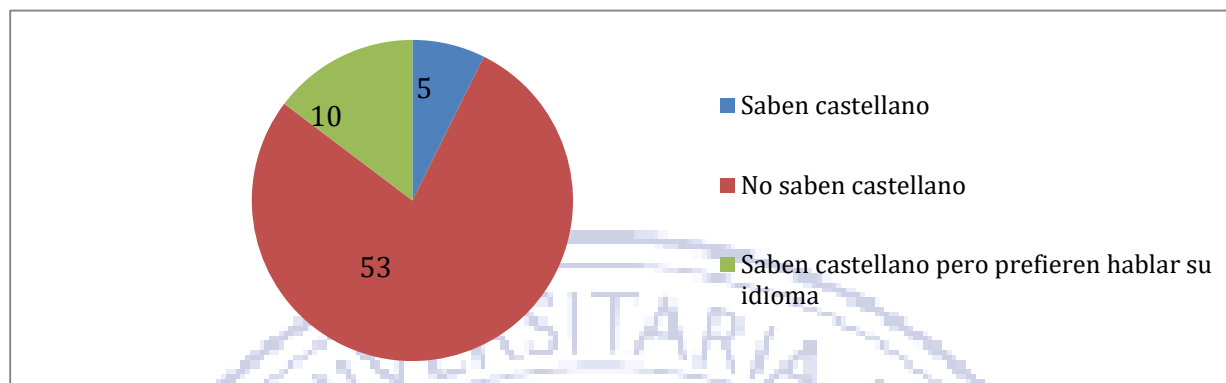
Fuente: Elaboración propia

De los datos obtenidos en el gráfico 12, podemos concluir que la mayoría de cliente a los que acceden los establecimientos hoteleros es nacional.

Ello se debe principalmente a que en su mayoría, dichos establecimientos tienen una política tanto de comercialización como de atención al cliente bastante orientada al cliente español.

Para ello, como hemos podido analizar anteriormente, y para no dejar de lado a un perfil de cliente internacional tanpreciado por su volumen como por su poder adquisitivo, los hoteles de la zona deberían tener un acceso a ellos mayor a través de una mejora de la comercialización internacional como de un mejor desempeño en lo que a idiomas ofertados se refiere.

Gráfico 13. Los clientes saben o no castellano



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico 13, de las 68 encuestas realizadas a los diferentes hoteles, en 53 de ellos el tipo de clientela extranjera que acude a los mismos exige hablarles en su idioma de origen, ya que no entienden el castellano.

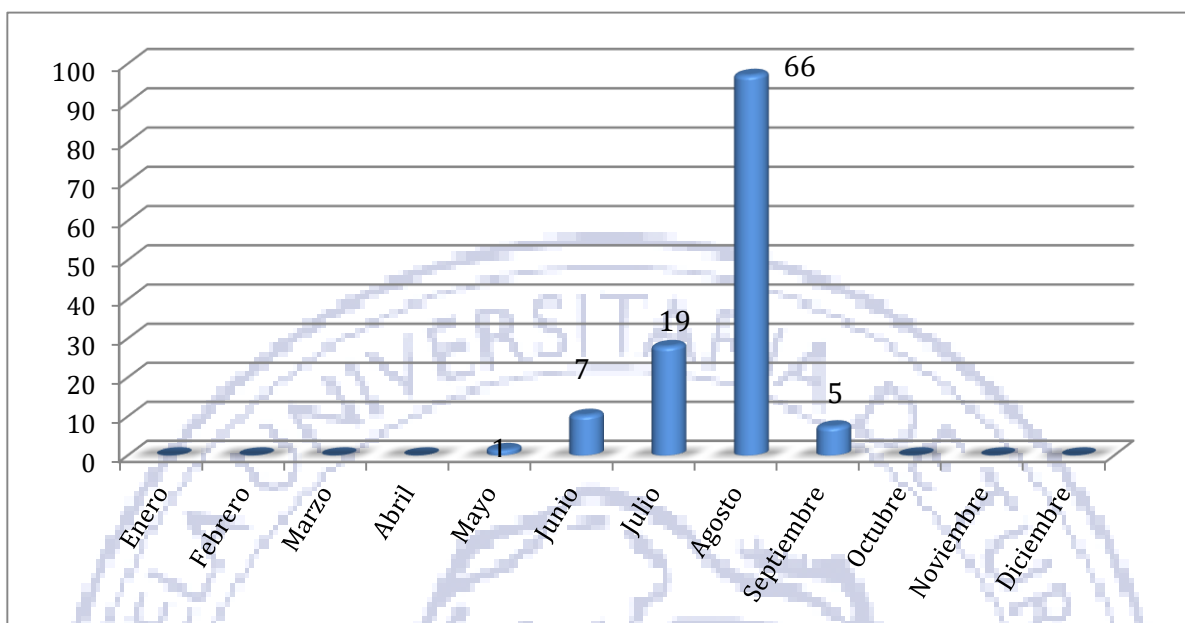
Por ello, es de vital importancia contar con empleados que hablen idiomas otros idiomas que no sea solo el castellano o el anglosajón, ya que es algo fundamental para poder atender y fidelizar a este tipo de turista, para no perder el acceso a este mercado.

A su vez, 10 de los establecimientos han afirmado que en muchas ocasiones se alojan clientes que no son españoles y que entienden el castellano, pero desean que se les hable en su idioma ya que lo prefieren. Volvemos a incidir en la importancia de contar con un personal cualificado que domine otros idiomas.

Y en 5 de los 68 establecimientos encuestados, nos han comunicado que sus clientes extranjeros saben castellano.

Por tanto, se concluye que para poder acceder a un mercado internacional tan importante por su volumen, es necesario que se les pueda ofrecer un buen servicio que sepa entenderse con ellos.

Gráfico 14. Meses de más demanda



Fuente: Elaboración propia

Analizando el gráfico 14 podemos comprobar que, en una gran cantidad de establecimientos hoteleros, el mes de más demanda y donde aprovechan los hosteleros para captar la mayor parte de sus clientes es el de Agosto, siendo los primeros y últimos meses del año muy escasos en cuanto a turismo para la zona de la Costa Occidental de Cantabria.

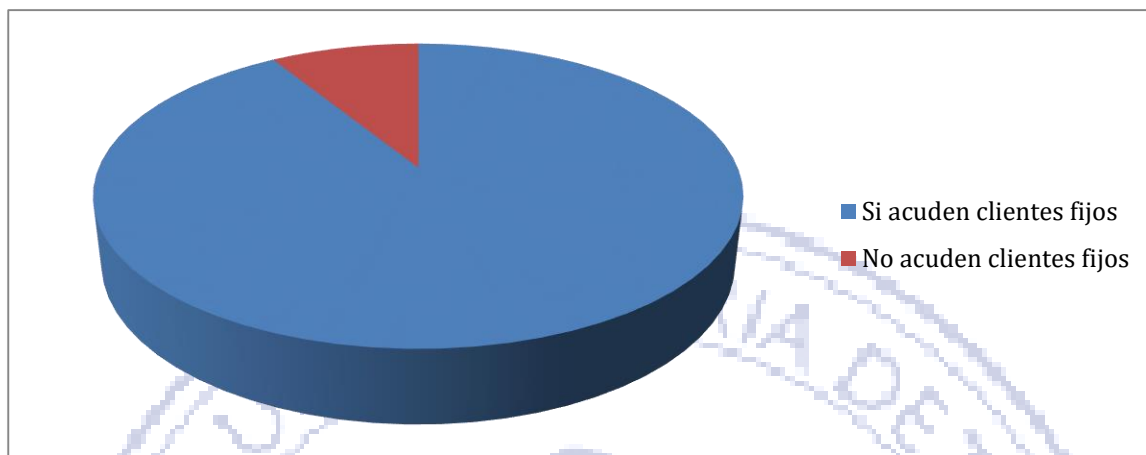
El segundo mes más rentable es Julio, a pesar de la gran diferencia que supone con el mes de Agosto.

Se observa por tanto que existe una estacionalidad de la demanda muy importante en los meses veraniegos, que coincide principalmente con los periodos vacacionales de las familias.

De este modo, lo que ocurre es que muchos establecimientos tengan que contratar a personal que no sea fijo para cubrir la mayor demanda del periodo veraniego, teniendo incluso que cerrar las instalaciones en el resto de periodos ante la escasa demanda.

Por ello, y para poder cubrir el resto de meses, como bien hemos dicho antes, se podría hacer un esfuerzo en intentar captar otro tipo de cliente que no sea exclusivamente el nacional que opta por las vacaciones de verano, sino otro perfil como puede ser el internacional que acude a nuestro país a pasar los periodos invernales.

Gráfico 15. Clientes fijos o no



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 15 podemos observar que existe un gran número de clientes que siempre acuden a los mismos establecimientos para pasar las vacaciones de verano. Se trata de un perfil de cliente que está altamente fidelizado y se trata de clientes fijos, que buscan tranquilidad, comodidad, familiaridad y un trato exquisito y que no dudan en volver año tras año si el trato y el ambiente ha sido el buscado.

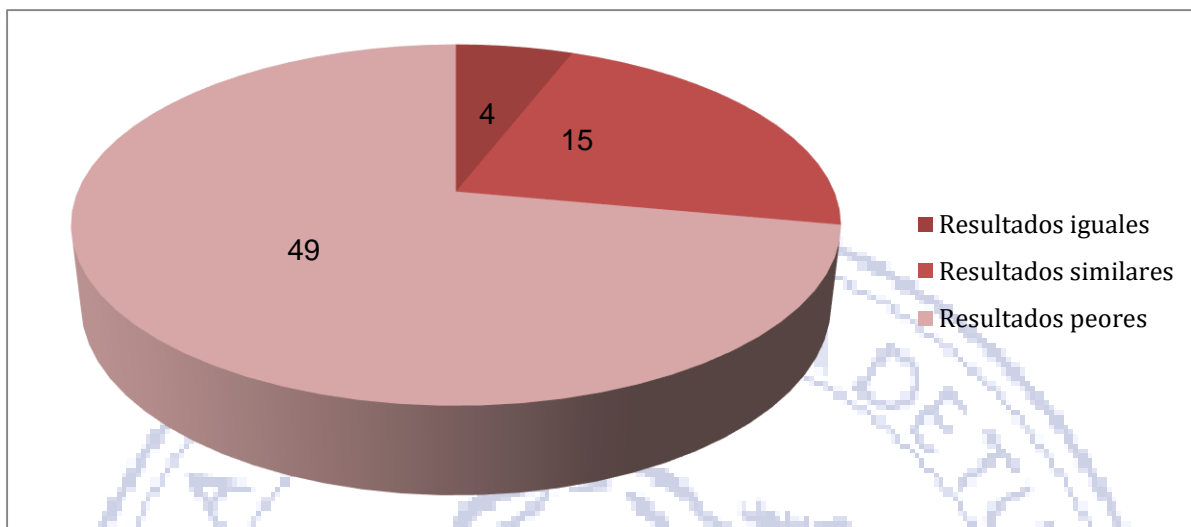
Un porcentaje muy pequeño de establecimientos acogen a clientes nuevos que no suelen optar por repetir alojamiento en los mismos establecimientos.

Este aspecto es destacable ya que como bien hemos analizado anteriormente, gran parte del éxito de esta fidelización de los clientes consiste en que el personal y el trato de la mayoría de hoteles es exquisito, principalmente por su gran experiencia labrada a lo largo de tantos años.

No obstante, puede ocurrir que una parte de los hoteles se relajen en exceso debido a que cuenten con que muchos de sus clientes van a repetir estancia.

Aunque sea un hecho destacable y del que pueden presumir, no deben relajarse y es necesario que sigan con una actitud proactiva de captar un nuevo negocio que complemente lo ya existente.

Gráfico 16. Resultados del ejercicio 2012 en relación con el 2011



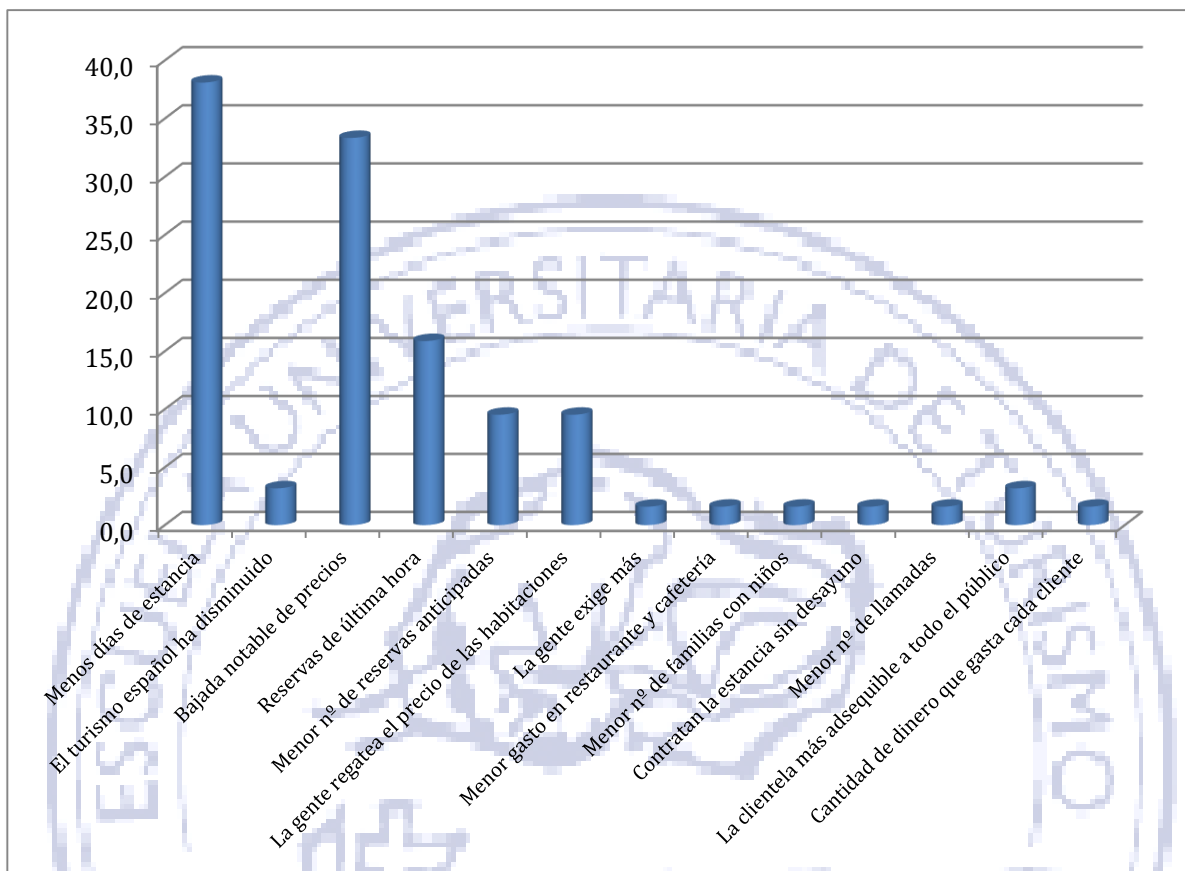
Fuente: Elaboración propia

En este caso concreto podemos observar que en la mitad de los establecimientos encuestados se ha notado la crisis económica de nuestro país y los resultados del ejercicio 2012 en relación al 2011 han empeorado.

15 de los 68 aseguran que han obtenido resultados similares y solamente en 4 de ellos, los resultados se han mantenido iguales.

Los datos obtenidos son bastante claros e indican que el modelo de negocio está cambiando y es muy importante que los establecimientos se adecuen a los nuevos tiempos, intentando buscar un mercado nuevo que complemente el actual para intentar comenzar una tendencia alcista en lo que a sus resultados económicos se refiere.

Gráfico 17. Aspectos en los que se ha notado la crisis a la hora de hacer las reservas



Fuente: Elaboración propia

Como vemos en el gráfico 17, la mayoría de los establecimientos han notado la crisis a la hora de hacer las reservas en los días contratados por los clientes ya que han disminuido. Los turistas se van de vacaciones pero, en lugar de alargar como en otros años los días de disfrute, deciden estar menos días y que sus vacaciones sean más económicas.

Otro de los aspectos en los que los hoteleros han notado la bajada es en la obligada reducción de precios por noche/habitación ya que sin muchos de ellos no hubieran tenido a tantos clientes en los meses de verano.

Como bien hemos visto, el modelo de negocio ha ido cambiando a lo largo de los años y muchos de los establecimientos no se han ido adaptando a las nuevas necesidades demandadas por los clientes.

4. D.A.F.O

En este último apartado se va a realizar un síntesis de todos los análisis llevados a cabo en el capítulo anterior para poder extraer de forma más clara cuál es la situación de la Comarca de la Costa Occidental.

Se analizarán tanto las características internas (debilidades y fortalezas), cómo la situación externa (amenazas y oportunidades).

Es una herramienta de gran utilidad que se centra fundamentalmente en el conocimiento de la situación real del estudio planteado para así, poder planear una estrategia de futuro para mejorar aquellos aspectos de gran interés.

Del análisis DAFO se observan las siguientes conclusiones:



Fuente: Elaboración propia

DEBILIDADES

De las debilidades identificadas en la comarca destaca la excesiva dependencia económica del turismo por parte de la región, con lo que ello conlleva en el caso de que falle este modelo económico.

Como bien se observa del análisis realizado, el turismo supone una gran fuente de riqueza para la comarca, pero cada vez más se centra en él, teniendo una dependencia bastante importante que puede provocar el colapso económico en caso de que falle este nicho de mercado.

Por tanto, no hay que dejarlo de lado por supuesto, sino potenciarlo y hacerlo cada vez más rentable a través de la diversificación del modelo de negocio, para que existan alternativas del modelo.

Por otra parte, se observa una concentración hotelera en pocos municipios, habiendo pocas opciones o alternativas para los turistas que opten por la opción de hotel respecto a otro tipo de alojamiento.

Como bien vemos en los gráficos expuestos anteriormente, en varios municipios no existen muchas alternativas de tipo de alojamiento, en lo que a hoteles nos referimos, para que el turista pueda escoger.

Sí que existe una variedad de alojamiento de nivel más bajo, como por ejemplo las pensiones, pero en lo que a hoteles nos referimos no hay demasiada variedad en localidades menos costeras.

En cuanto a los idiomas que dominan el personal de los establecimientos, se ha sacado la conclusión de que existe poco dominio de lenguas extranjeras, lo que conlleva que no se pueda acceder a un mercado potencial internacional.

Como bien se observa, el inglés es el idioma internacional que más se solicita a los recepcionistas, pero otros como el francés o el alemán apenas se exigen. Esto supone que muchos hoteles se crean por ellos mismos una barrera de entrada a un negocio como el de cliente internacional, ya que el hecho de no poder dominar esos idiomas impide que este tipo de cliente acuda a estos establecimientos.

Ello se puede deber a que una parte importante de los establecimientos son familiares y no se exige unos mínimos necesarios para poder gestionar el negocio. Pero no se debe olvidar que lo importante es que el negocio es una actividad empresarial que debe ser rentable, y para ello es importante que no se dejen de lado nichos de negocio como el comentado.

Por último, se concluye que el enfoque de venta de los establecimientos de la comarca es en cierto sentido tradicional, sin acceder a nuevos sistemas de venta por plataformas online, pudiendo perjudicar el futuro de los mismos por la pérdida de acceso a ese mercado.

Como bien hemos visto en el análisis realizado, muchos establecimientos no están acogidos a sistemas como el de smartbox. Esto no hace más que limitarles, a pesar de que muchos gerentes aseguran que no les aporta gran beneficio, por la pérdida de acceso a la gran variedad de clientes que pueden aportar estos sistemas.

AMENAZAS

En el apartado de las amenazas, se observa que existe en los últimos años un descenso generalizado y notable del turismo, debido a la crisis económica que ha azotado a nuestro país. Ello ha mermado en los últimos años el modelo de negocio y ha supuesto como consecuencia que descendan las ventas.

La crisis económica en España ha supuesto un punto de inflexión muy relevante en los últimos años, debido a que ha sido un hecho que ha mermado a los negocios de la comarca, provocando que sus resultados económicos hayan descendido.

Para ello, los negocios deben hacer un profundo análisis del modelo que han llevado en los últimos años, y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado que han surgido como consecuencia de la crisis económica, principalmente a la reducción del gasto medio en los hoteles o las reservas de última hora.

Por otro lado, se confirma que existe una excesiva estacionalidad de la demanda en el periodo de Junio a Septiembre. Esto supone que durante el resto de meses, exista un descenso importante de la carga de trabajo, amenazando la subsistencia de los negocios.

Para ello, un punto importante es que los establecimientos deben intentar obtener una demanda regular a lo largo del año, a través de la que proviene a través de las grandes empresas de la comarca, que atraen a un público empresarial a lo largo del año.

Y por otra parte, y no por ello menos importante, otra medida para poder contrarrestar esta amenaza es el acceso a otro tipo de cliente como el internacional jubilado, que tiende a acudir a nuestro país en los meses de invierno.

Muchos de los establecimientos de la comarca son familiares. Ello en general conlleva que puedan aparecer cadenas hoteleras que intenten explotar el negocio de otro modo más profesionalizado, ya que el modelo de negocio es bastante tradicional.

Dichas cadenas que cuentan con grandes recursos, tienden a estar al acecho de oportunidades de negocio para poder entrar en nuevos mercados. En el caso que analizamos, la existencia de negocios familiares y poco actualizados hace que este tipo de empresas puedan acceder a esta zona con nuevas ideas para hacer más rentable el turismo en la comarca.

En cuanto al tipo de cliente, se concluye que existe una dependencia bastante importante del nacional. Esto puede atraer a diferentes cadenas internacionales a que apuesten por este mercado y lo ofrezcan a clientes extranjeros a los cuales a día de hoy no se tiene una gran penetración, tal y como hemos indicado anteriormente.

Por ello, este es un asunto de vital importancia en el que los establecimientos de la comarca tienen que estar especialmente proactivos para ser referentes.

FORTALEZAS

Sin embargo, un dato importante y destacable es la gran variedad de recursos con los que cuenta la comarca, ya que se trata de un destino turístico con unos grandes recursos naturales, culturales y gastronómicos, ofreciendo estas opciones tan variadas a los turistas que optan por esta zona.

Esta gran diversidad de posibilidades que puede ofrecer la comarca, hace que tenga la posibilidad de acceder a una gran variedad de tipo de cliente, desde el que busca montaña al que se siente atraído por la cultura.

Se debe tener en cuenta que se trata de la comarca más turística de Cantabria, con un gran potencial de negocio y lo que ello conlleva para la región desde el punto de vista económico.

Respecto a los hoteles, se observa que en su mayoría, aun siendo escasos, están bastante bien equipados y cuentan con los servicios que la mayoría de clientes demandan, siendo por ello atractivos.

Es un aspecto bastante importante debido a que los clientes en su mayoría tienden a volver a repetir su estancia en los hoteles de la zona.

No obstante, a pesar de lo indicado, es muy importante que estén especialmente abiertos a tener las instalaciones lo más completas posibles, debido a que los clientes son cada vez más exigentes.

Y por otra parte, se confirma que el personal que atiende al público es muy experto y cualificado, en gran parte como consecuencia de que la mayoría de establecimientos son familiares, ofreciendo por tanto un servicio en la mayoría de casos excelente.

La experiencia que tienen y el gran servicio que dan a los clientes es uno de los puntos de los que puede presumir la comarca, ya que es una barrera de protección ante la amenaza de entrada de nuevos competidores, debido a que los clientes están ya acostumbrados a este trato exquisito.

Por último, y en gran parte como consecuencia del gran servicio ofrecido por los establecimientos a través de su personal cualificado, de las encuestas realizadas se concluye que la mayoría de clientes son fijos y están muy bien fidelizados, lo que denota la calidad del turismo de esta región, principalmente por el buen trato ofrecido a los clientes y la variedad de servicios ofertados.

OPORTUNIDADES

En este apartado, un punto importante son las excelentes comunicaciones por las que se caracteriza la comarca, principalmente por carretera y por ferrocarril, lo que da pie a poder atraer a multitud de turistas a la región.

En los últimos años, la comarca se ha visto bastante beneficiada por la construcción de carreteras y de mejora del ferrocarril, que hace que el acceso a los clientes a los establecimientos de la zona sea bastante sencillo, de manera que no suponga una dificultad para que acudan a la región.

En algunas poblaciones, como por ejemplo Torrelavega, existen multitud de empresas que cuentan con una gran cantidad de trabajadores, que atraen a bastante personal del mundo de los negocios a esta comarca.

Se trata de una oportunidad excelente, que para los hoteles de la zona supone un complemento al turismo tradicional estacional de verano, debido a que los viajes de empresarios a la comarca provocan un aumento de la demanda en los periodos de menor afluencia.

Y no solo favorece que la demanda se vea aumentada en otros periodos, sino que el hecho de que vean la comarca hace que puedan percibir el atractivo de la misma, para tenerla en cuenta de cara a posibles pernoctaciones familiares en los periodos estivales.

Por otra parte, la existencia de esa variedad de recursos en la zona hace que se tenga la posibilidad de acceder a una tipología de turismo muy variada, desde el turismo de montaña al de playa. Esa gran variedad comentada anteriormente favorece que existan multitud de alternativas de oferta, tanto de un tipo de cliente con un poder adquisitivo alto como el opuesto, siendo el primer tipo el más atractivo para la comarca desde el punto de vista económico.

Y por último, a pesar de que los hoteles son tradicionales, poco a poco están empezando a acceder a centrales de reservas que les da una mayor difusión y permite llegar a acceder a un mayor número de clientes para intentar no perder el acceso a ese mercado potencial al que por sí solos no pueden acceder.

Gracias a estas centrales de reservas, los hoteles se ven favorecidos para acceder a un tipo de cliente tanto nacional como internacional, al tener una gran fuerza publicitaria.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Del trabajo realizado a lo largo de todo este proyecto de fin de grado, se han obtenido una serie de conclusiones que son las siguientes:

Por un lado, respecto a los **servicios e instalaciones** de los establecimientos analizados, destaca que en su mayoría cuentan con unos servicios mínimos entre los que podemos mencionar:

- * Posibilidad de pago con tarjeta crédito.
- * Acceso a red Wifi en todo el establecimiento gratuitamente.
- * Posibilidad de tener parking de 24 horas.

Como bien podemos observar, con estos servicios que destacamos, podemos concluir que los clientes tienen unos mínimos cubiertos, principalmente los servicios online que hoy en día son tan demandados.

Sin embargo, se puede afirmar que el conjunto de las habitaciones tienen lo mínimo necesario, pero es cierto que no cuentan con grandes servicios como el aire acondicionado o el mini bar, lo que resta valor a la oferta.

Es decir, los establecimientos hoteleros deberían plantearse llevar a cabo un profundo planteamiento de reestructuración, a la vista de las conclusiones obtenidas, realizando un plan estratégico a medio plazo, ya que en caso contrario, pueden verse abocados al fracaso.

Como bien sabemos, la demanda en este sector se ha volatilizado bastante en los últimos años como consecuencia de los nuevos hábitos de consumo y de la crisis económica, y cambia muy rápidamente a lo largo del tiempo.

Por ello, es muy importante que los **responsables de dichos establecimientos** tengan una mentalidad de negocio proactiva, que sea capaz de anticiparse a lo que el mercado demanda y de esta forma, poder tener preparada una oferta atractiva que sirva de reclamo para captar nuevos clientes.

No deben quedarse anclados en los métodos tradicionales de oferta, sino que es necesario contar con una actitud abierta a los cambios, sin dejar de lado por supuesto, la búsqueda de un servicio excelente.

En cuanto al **perfil analizado del personal** que presta el servicio en los hoteles, destaca que en su mayoría se trata de un equipo experto, principalmente por su componente familiar.

Sin embargo esto hace que el nivel de exigencia no sea muy alto, no teniendo por ejemplo una oferta de idiomas relevante, siendo el inglés el único idioma extranjero que se domine en algunos de los negocios.

Como consecuencia de lo anterior, para poder incrementar la cuota de mercado que poseen actualmente y hacer que el negocio sea rentable, un punto de mejora importante es la formación en idiomas.

El motivo principal por el que deben plantearse esta mejoría no es solo por el hecho de que puedan ofrecer un servicio adicional de calidad al cliente extranjero, sino que es necesario para poder abrir la oferta a otro mercado que no sea el nacional.

Actualmente y gracias a la globalización, los establecimientos tienen la capacidad suficiente de poder dirigir su oferta turística a mercados que tradicionalmente no han sido explotados, principalmente por las barreras de acceso, como en este caso concreto que estamos analizando es el dominio del idioma.

Es muy importante que los propios negocios no se creen obstáculos de entrada por sí mismos en nuevos mercados, ya que en caso contrario, hay cadenas hoteleras bien preparadas que tienen los medios suficientes para poder asumir sin ningún problema la oferta que dan los establecimientos actuales.

Por tanto, aunque es cierto que el personal es muy cualificado, todavía no es suficiente en algunas zonas de la comarca, ya que eso hace que exista una dependencia demasiado importante del cliente nacional por el hecho de no dominar otros idiomas.

Por otro lado, destaca que la mayoría de establecimientos hoteleros tienden a tener una **comercialización** de sus servicios bastante tradicional, sin acceder a una red de cadenas con las que colaborar a través de bonos o smartbox.

Es precisamente lo que se ha estado incidiendo en el apartado anterior. El enfoque de venta o de ofertar los servicios en muchos de los establecimientos, principalmente los de lugares más pequeños, sigue siendo todavía poco actual.

Esto no significa que deban dejar de lado el enfoque de la recomendación entre clientes fidelizados, o la compra tradicional por teléfono por ejemplo. Pero es cierto que en la actualidad muchos canales de comercialización que anteriormente eran muy efectivos, han dejado de serlo en el mercado actual, al haber sido absorbidos por otras plataformas, muchas de ellas como consecuencia de la digitalización que existe hoy en día.

Esto hace que si siguen enfocándose en una comercialización tradicional, no puedan acceder a un mercado potencial de clientes que acuden a los establecimientos a través de esta vía, cerrándose el acceso a un mercado que está en continua expansión.

Es cierto que el margen de contribución que puede aportar el negocio que viene por una vía como la del smartbox, no es el mismo que el que puede dejar un cliente particular, debido a que las cadenas que ofertan estos paquetes ofrecen una masa de clientes bastante extensa, pero exigen ajustar los precios a los hoteles, debido a que ellas tienen que ver rentabilizada por supuesto su mediación.

Pero aunque los márgenes que puedan dejar en los hoteles no sean los deseados, el negocio o masa de cliente que puede venir no hay que desestimarla. Por un lado para no tener las instalaciones desocupadas, corriendo el riesgo de quedarse obsoletas. Y por otro por la posibilidad de captar la atención de ese tipo de cliente que no solo puede recomendar a algún conocido el establecimiento, sino que en caso de quedarse satisfecho puede volver como cliente particular.

Por ello, se trata de un negocio nada despreciable que debería tenerse muy en cuenta de cara a poder ampliar su cuota de mercado y expandir el negocio para hacerlo más rentable.

Sin embargo, a pesar de lo comentado anteriormente, sí que hay otros negocios que acceden a otra vía para comercializar sus servicios como las centrales de reservas, que otorgan una difusión de los hoteles bastante importante.

La publicidad de los servicios de los hoteles que hacen las centrales de reserva es de vital importancia, debido a que los establecimientos hoteleros de la comarca no tienen la capacidad suficiente de poder dirigirse a un mercado tan amplio como el que se dirigen estas centrales. Y no solo se pueden dirigir a más clientes potenciales, sino que las meras recomendaciones de los clientes que aparecen en ellas son mundialmente vistas por multitud de personas.

Por estos motivos expuestos, se trata de un servicio muy destacable para que lo tengan en cuenta los negocios hoteleros.

Dichas centrales de reserva tienen una además otra función muy importante. Ofrecen soporte a los establecimientos hoteleros ya que tienen la información de ellos actualizada y les elimina una carga de trabajo importante.

Gracias la función que realizan, el personal de dichos hoteles pueden enfocarse a realizar actividades que aportan mucho más valor al negocio que la mera intermediación. Pueden por un lado realizar tareas de servicio al cliente que ya está en el hotel, para que el trato sea más exquisito todavía.

Y por otro lado, y para mí más importante, centrarse en tareas de comercialización adicionales a las ya existentes, para poder captar un nuevo negocio en su entorno local y hacer que el negocio crezca.

Las tareas que realizan de este modo las centrales de reserva no son exclusivas, sino complementarias de las que realiza el propio hotel, ya que ellos mismos deben tener una actitud de búsqueda de negocio en su entorno, principalmente el nacional que es en el que mayor poder de influencia tienen.

Por tanto, y de los resultados obtenidos, los hoteles analizados ofrecen sus servicios principalmente a través de las centrales de reservas descritas, sus páginas web o de forma particular, quedando otras vías como la de los bonos que hemos comentado por explotar para darle otro enfoque a los negocios.

En cuanto al **perfil del cliente** que tiende a acudir a los establecimientos de la comarca, podemos concluir que es mayoritariamente nacional, observándose un déficit bastante importante por la falta de acceso al mercado internacional. Como hemos incidido anteriormente, entorno al 70 % de la cuota de mercado de los negocios pertenece a cliente nacional.

Dicho cliente nacional es en un alto grado, un cliente fidelizado que tiende a repetir sus estancias a lo largo de los años. Este tipo es un perfil que no se debe descuidar ya que otorga una cuota más o menos fija y de vital importancia.

Sin embargo, y como venimos comentando, no se deben centrar los establecimientos en el modelo de negocio que ha funcionado tradicionalmente a lo largo de los años, sino que deben seguir teniéndolo en cuenta, pero adaptarse al mismo tiempo a la captación de otro perfil de cliente que no sea el mismo.

Y para ello, el perfil de cliente internacional es un punto muy a tener en cuenta por los negocios, ya que se trata de un perfil muy poco explotado en la comarca hasta el momento y al que no se le ha prestado especial atención hasta la fecha.

En el caso del perfil de turista extranjero comentado, tiende a exigir que el idioma con el que se le trate sea el propio, sobre todo el inglés que es el idioma internacional por excelencia.

Como vemos, se trata de un perfil de cliente bastante exigente que acude a nuestro país y o bien no entiende nuestro idioma, en su mayoría, o aun entendiéndolo prefieren que se les hable en el suyo.

Debido a que los establecimientos analizados no tienen un gran dominio de otros idiomas, existe un mercado sin explotar al no contar con este perfil de dominio de otros idiomas tales como el francés o el alemán.

Se trata de este modo de un punto de mejora en el que deberían incidir los gestores de estos negocios para no desaprovechar esta oportunidad.

Por otra parte, otro dato a destacar es la **gran estacionalidad de la demanda turística** de esta comarca. Principalmente la demanda de servicios ocupa los meses de junio a septiembre, siendo el mes de agosto el de mayor ocupación.

Este es un punto importante ya que durante estos meses existe un gran rendimiento pero durante el otro periodo las instalaciones están desaprovechadas, pudiendo quedar obsoletas por la falta de uso durante los meses de invierno, teniendo incluso algunos negocios que cerrar por el alto coste de mantener el negocio abierto.

Por un lado, la mayor demanda que surge durante el periodo estival es de un tipo de turismo que opta por pasar sus vacaciones en la comarca analizada, principalmente un cliente nacional y tradicional, que suele estar fidelizado.

Sin embargo, ese punto débil de la estacionalidad de la demanda se debe revertir con acciones de potenciación de la demanda durante otra época del año. Para ello, un hecho importante es la posibilidad de aprovechar la afluencia de público que suele acudir a lo largo del año a poblaciones como Torrelavega, como consecuencia de los negocios de las grandes empresas que existen en la zona, como por ejemplo Solvay.

Dichas empresas atraen a lo largo del año, no solo en los meses de verano, a población que acude a la comarca para realizar negocios o reuniones en las instalaciones que hay en dicha población.

Para ello, debido a que es un tipo de cliente que acude exclusivamente por el negocio, es muy importante captar su atención para poder aprovechar la oportunidad y que se quede sorprendido, de modo que pueda optar a la hora de decidir en qué lugar pasar sus vacaciones, por nuestra comarca.

Un dato destacable es que el beneficio medio de los establecimientos analizados ha descendido en el último año estudiado, en gran medida como consecuencia de la crisis económica que ha afectado a nuestro país, y por supuesto a la comarca.

Por ello, se puede plantear la posibilidad de poder rentabilizar las instalaciones durante los meses de menor demanda, accediendo a otro tipo de turista, como por ejemplo el internacional jubilado, que durante estos meses suelen acudir a nuestro país.

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Como bien hemos comentado, los negocios de la comarca deben tener claro que el objetivo principal es por supuesto ofrecer un servicio excelente, pero sin olvidarse de que están gestionando una empresa que para que subsista debe ser rentable a lo largo del tiempo.

Por ello, dentro de sus planes de negocio y de desarrollo, un eje fundamental es la rentabilidad económica. Como vemos, si los resultados van descendiendo, a medio plazo algunos establecimientos tendrían que optar por el cese del negocio. Para ello, con las medidas que se proponen de crecimiento, la idea es que crezcan y poco a poco vayan mejorando su margen de rentabilidad.

Por tanto, y en resumen del proyecto realizado, concluimos que el turismo es una fuente de riqueza y de negocio bastante importante para la región, de la cual depende en gran medida.

Es cierto que la comarca es bastante diversa en cuanto a variedad de recursos, tanto gastronómicos como naturales, así como que cuenta con una serie de comunicaciones bastante buenas que dan acceso a las poblaciones sin demasiado inconveniente.

Pero se debe incidir en hacer profundo proceso de reestructuración para intentar no depender de la demanda durante un periodo tan corto como el veraniego, además de ampliar la oferta a otro tipo de cliente internacional a través de la profesionalización del sector con la formación en otros idiomas aparte del anglosajón.

Con estas medidas de expansión del negocio a través de la internacionalización y de la comercialización a través de plataformas digitales, el turismo de la región podrá ser más diversificado, sin depender del cliente tradicional, y rentable a largo plazo para que la comarca siga contando con esta fuente de riqueza.

6. BIBLIOGRAFÍA

Alonso Martínez, M y López Fernández, M.C (1995): Las nuevas tecnologías de la información como factor de competitividad en el sector turístico. Economía y Administración de Empresas. Facultad de CC.EE y EE. Universidad de Cantabria nº3, págs 89-102.

Butrón Parra, I. (2009): Ruta Gastronómica por Cantabria. Salsa Books, Grup Editorial 62, S.L.U Barcelona. pág 24

Camisón Zornoza, C (1995): Dirección hotelera y tecnologías de la información. Un análisis empírico de la empresa hotelera valenciana. Estudios turísticos, nº125, págs. 19-52

C.C.E – Commission des Communautés Européennes. DG XXIII, Unité Torisme (1993): The Evolution in Holiday Travel Facilities and in the Flow of Tourism Inside and Outside the European Community. Part I, Main Findings. Bruxelles, Lux.

Edwards, A (1992): International Tourism Forecasts to 2005. The Economist Intelligent Unit.

Fundación Ideas (2010): Ideas para una nueva economía: Hacia una España más sostenible en 2025. Pág. 152.

Gómez, V. (2013): Cueva El Soplo, el bosque subterráneo.

Gómez Portilla, P; Nogués Linares, S; Olávarri Fernández, R (1997): La integración económica de un espacio comarcal: Torrelavega, siglo XX. Cámara de Comercio e Industria de Torrelavega, 1997 Pág 151-152.

Goodall, B (1988): How Tourist Choose their Holidays. An Analytical Framework, Marketing in the Tourism Industry, Goodall, B y Ashworth, G. Croom Helm. N.Y York.

Hernández Mogollón, J.M.; Mondéjar Jiménez, J.A.; Ortega Rosell, F.J. (2014): Ferrocarril, Turismo y Sostenibilidad. Pág. 64-65-66.

Krippendorf, J (1986): The New Tourist. Turning Point for Leisure and Travel, Tourism Management. June.

López Fernández, M.C (1992): Análisis de la naturaleza y perspectivas del turismo en Cantabria. Cámara oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria. Santander.

Moutinho, L. (1987): Consumer Behaviour in Tourism. European Journal of Marketing nº 21.10.

Musquera Moreno, X (2007): Un viaje por la historia de los templarios en España. Ediciones Nowtilus. S.L 2007. Pág 160.

OMT (1994). Global Tourism Forecasts to the year 2000 and beyond. Europe.

Perdue, R.R (1985): Segmenting State Travel Information. Inquirers by Timing of the Destination Decision and Previous Experience, Journal of Travel Research. 23 (3) pp. 6-11

Plan estratégico 2009-2012 de FEVE

Poon, A (1993): Tourism, Technology and Competitive Strategies. C.A.B International.

Reques Velasco, P (1997): Población y Territorio en Cantabria. Pág. 26-27-28.

Rivages, H (2001): Hotels and Country Inns of character and charm in Spain. Tercera Edición. Pag 107-108-109.

Rivas García, J y Magadán Díaz, M (2014): Estructura, Economía y política turística. Pág. 158.

Ruiz de la Riva, E (1991): Casa y Aldea en Cantabria: Un estudio sobre la arquitectura del territorio en los valles del Saja-Nansa. Estudio. Pag. 357-359.

Sarabia Alzaga, J.M (1977): 2025: un marco competitivo para Cantabria. Asamblea Regional de Cantabria. Universidad de Cantabria. Pág 269-273

Sarabia Alzaga, J.M, Sarabia Alegría, J.M y López Fernández, M.C (1989): Consolidación del turismo en Cantabria. Una modelización, Actas de la XV Reunión de Estudios Regionales. Murcia, 29-11-1989.

Páginas web

Asturnaturadb (2013). Asturnatura. www.asturnatura.com. Último acceso: 17 de Agosto de 2016.

Gobierno de Cantabria (2013). Cantabria 102 municipios. <http://www.cantabria102municipios.com>. Último acceso: 15 de Agosto de 2016.

Renfe (2016). El Transcantábrico clásico. www.renfe.com/trenesturisticos/ Último acceso: 1 de Septiembre de 2016.

Sepe (2016). Recepcionistas de hoteles. www.sepe.es Último acceso: 23 de Agosto de 2016.

Turismo de cantabria/alojamientos (2013). www.turismodecantabria.com Último acceso: 30 de Septiembre de 2015.

7. ANEXOS

7.1 Número de plazas de las diferentes modalidades de alojamiento de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental

Tabla 18 . Número de plazas de las diferentes modalidades de alojamiento de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental

	Hoteles	Hostales	Pensiones	Apartamentos turísticos	Albergues turísticos	Posadas	Viviendas rurales	Casas de labranza	Casonas y palacios	Campings
ALFOZ DE LLOREDO	143	10	173	53	-	178	83	-	23	-
CABEZÓN DE LA SAL	50	-	159	86	-	33	29	7	24	-
CARTES	27	-	21	9	-	24	46	-	-	-
COMILLAS	475	23	118	309	-	97	18	-	-	305
MIENGO	252	-	18	12	-	57	-	-	-	65
POLANCO	27	-	31	26	-	28	10	-	-	-
REOCÍN	152	-	48	-	-	125	14	-	77	-
RUILOBA	21	-	17	-	-	42	-	-	-	240
SANTILLANA DEL MAR	1.015	18	248	310	-	194	167	6	81	470
SAN VICENTE DE LA BARQUERA	461	12	337	172	75	66	49	-	-	386
SUANCES	1.087	18	91	196	32	153	-	-	-	164
TORRELAVEGA	626	12	169	-	-	-	-	16	-	-
UDÍAS	-	-	11	-	-	88	-	-	-	-
VALDÁLIGA	94	-	-	9	-	99	66	8	52	-
VAL DE SAN VICENTE	263	115	106	112	-	206	56	-	-	400

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

En la tabla 18 se enumera el número total de plazas de las diferentes modalidades de alojamiento, separadas por municipios. Se puede comprobar que el mayor número de plazas pertenece a los hoteles y pensiones, y el menor número a los albergues turísticos.

7.2 Total de alojamientos por municipio

Tabla 19. Total de alojamientos en el municipio de
Alfoz de Lloredo

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel El Refugio **	23	0	50
Hotel Perelada **	18	0	30
Hotel Puerto Calderon **	37	0	63
Hostal La Ermita 1826 **	5	0	10
Pensión Bella Vista **	8	0	15
Pensión Cuevas **	5	0	9
Pensión El Cantio *	11	0	20
Pensión El Pomar **	51	0	95
Pensión Isabel *	6	0	12
Pensión Oreña *	6	0	12
Pensión Roblera *	5	0	10
Apartamentos Turísticos Oreña 1 Llave	0	2	7
Apartamentos Turísticos Espinaleo 2 Llaves	0	2	12
Apartamentos Turísticos La Ceña 2 Llaves	0	8	24
Apartamentos Turísticos La Matilda 1 Llave	0	1	6
Apartamentos Turísticos Las Magnolias 1 Llave	0	2	4
Casona Palación de Toñanes	12	0	23
Vivienda Rural El Sauce	0	1	5
Vivienda Rural La Corraliega	0	4	21
Vivienda Rural La Roblera	0	2	4
Vivienda Rural Las Candelas	0	4	12
Vivienda Rural Las Fontanias	0	4	12
Vivienda Rural Los Limones	0	1	5
Vivienda Rural Maite	0	3	8
Vivienda Rural Padruno	0	4	16
Posada Alfonso	12	0	27
Posada Caborredondo	14	0	28
Posada Casa Ciguenza	7	0	14
Posada El Hondal	5	0	9
Posada El Pescador	7	0	14
Posada Estela Cantabria	15	0	27
Posada La Abadía	9	0	15
Posada La Roblera	11	0	21
Posada La Villanita	6	0	12
Posada Las Mañanitas	6	0	11
TOTAL	279	38	663

Tabla 20. Total de alojamientos en el municipio de
Cabezón de La Sal

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel Valle de Cabezón ***	16	0	33
Hotel Viar *	9	0	17
Pensión Conde de Lara **	22	0	42
Pensión El Cruce **	22	0	42
Pensión Gades **	3	0	6
Pensión Hostería La Casería *	8	0	13
Pensión La Castañera *	7	0	13
Pensión Los Abetos *	10	0	16
Pensión María Jose *	4	0	8
Pensión Rosa *	13	0	19
Apartamento Turístico Mariluz 1 Llave	0	4	12
Apartamento Turístico Adelina 1 Llave	0	4	20
Apartamento Turístico La Casa de los Galguera 1 Llave	0	2	14
Apartamento Turístico Santa Lucía 1 Llave	0	13	40
Vivienda Rural Sel de Haya	0	1	8
Vivienda Rural Antaviana Club Cultura	0	7	21
Casa de Labranza. Casa Victoria	4	0	7
Casona El Jardín de Carrejo	12	0	24
Posada Cabrojo	5	0	9
Posada Vallejo	11	0	24
TOTAL	146	31	388

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 21. Total de alojamientos en el municipio de
Cartes

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Casona del Capellan ***	14	0	27
Pensión El Anzar *	7	0	13
Pensión El Retiro *	6	0	8
Apartamento Turístico El Solar de la Botica 2 Llaves	0	3	9
Vivienda Rural El Soluco	0	1	8
Vivienda Rural Haza Pelayo	0	1	8
Vivienda Rural La Villa de Piedra	0	10	30
Las Mozas del Agua. Alojamiento Rural	8	0	16
Posada Villa de Cartes	4	0	8
TOTAL	39	15	127

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamiento

Tabla 22. Total de alojamientos en el municipio de
Comillas

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Abba Comillas Golf Hotel ****	55	0	110	0
Hotel Comillas ****	30	0	57	0
Hotel Dunas de Oyambre **	21	0	40	0
Hotel El Tejo ***	24	0	40	0
Hotel Josein **	28	0	56	0
Hotel Mar Rovacias ****	51	0	97	0
Hotel Marina de Campios ***	19	0	39	0
Hotel Solatorre **	19	0	36	0
Hostal Esmeralda **	12	0	23	0
Pensión Mirador de Travía **	9	0	18	0
Pensión Aldea *	5	0	10	0
Pensión Hostería Mari Paz **	4	0	7	0
Pensión La Aldea 2 *	5	0	9	0
Pensión Loma Bonita **	4	0	8	0
Pensión Los Abetos *	5	0	9	0
Pensión Lumaelte *	4	0	8	0
Pensión Pasaje San Jorge **	11	0	20	0
Pensión Vega de Pas **	7	0	13	0
Pensión Villa de Comillas **	8	0	16	0
Apartamento Turístico Corona 2 Llaves	0	5	15	0
Apartamento Turístico Club Condal 1 Llave	0	26	123	0
Apartamento Turístico El Mirador de Travía 1 Llave	0	1	6	0
Apartamento Turístico Mar Rovacias 3 Llaves	0	27	74	0
Apartamento Turístico Rovacias 2 Llaves	0	20	91	0
Vivienda Rural Casa Lucia	0	3	18	0
Posada Mari Paz	5	0	10	0
Posada La Montañesuca	5	0	9	0
Posada La Solana Montañesa	15	0	30	0
Posada Manoloentrecomillas	4	0	7	0
Posada Rioturbio	7	0	14	0
Posada Torre del Milano	14	0	27	0
Camping Comillas	0	0	0	305
TOTAL	371	82	1.345	305

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 23. Total de alojamientos en el municipio de Miengo

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Hotel La Joyuca del Pas *	11	0	20	0
Hotel Milagros Golf ****	75	0	160	0
Hotel Mirador El Gornazo ***	32	0	72	0
Pensión Hoyo *	10	0	18	0
Apartamento Turístico Casa Bernabe 1 Llave	0	6	12	0
Posada La Victoria	15	0	29	0
Posada Lunada	9	0	18	0
Posada Torre El Alba	5	0	10	0
Camping Hermanos García. 2º Categoría.	0	0	0	65
TOTAL	157	6	404	65

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 24. Total de alojamientos en el municipio de Polanco

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel Maria Cristina ***	14	0	27
Pensión Alto Pedroa *	6	0	11
Pensión El Pradón **	10	0	20
Apartamento Turístico Rolisas 2 Llaves	0	2	26
Vivienda Rural El Pozo Tremeo	0	2	10
Posada Rumoroso	5	0	10
Posada y Apartamentos El Cafetal de Rumoroso	5	2	18
TOTAL	40	6	122

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 25. Total de alojamientos en el municipio de Reocín

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel Hostería De Quijas **	19	0	34
Hotel Narcea *	21	0	41
Palacio de Caranceja ****	11	0	21
Puerta de Santillana ***	28	0	56
Pensión Calvo **	8	0	14
Pensión El Castan **	4	0	8
Pensión El Pucheru *	8	0	13
Pensión La Ermita *	7	0	13
Casona de Cerrazo	11	0	22
Casona del Valle	6	0	12
Casona La Torre de Quijas	22	0	43
Vivienda Rural La Gloriosa	0	1	14
Posada Andariveles	15	0	29
Posada El Hidalgo de Quijas	11	0	21
Posada La Cotia	12	0	24
Posada Venta de Quijas I	13	0	26
Posada Venta de Quijas II	7	0	14
Posada Vinueva	6	0	11
TOTAL	209	1	416

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 26. Total de alojamientos en el municipio de Ruiloba

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Hotel Cigoña *	15	0	21	0
Pensión Camino Real **	10	0	17	0
Posada Entre Comillas	12	0	24	0
Posada Ruilobuca	9	0	18	0
Camping El Helguero. 2º Categoría.	0	0	0	240
TOTAL	46	0	320	240

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 27. Total de alojamientos en el municipio de
Santillana del Mar

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Felisa & Spa ****	47	0	89	0
Hotel Altamira ***	32	0	59	0
Hotel Casa de Marques *****	14	0	30	0
Hotel Colegiata ***	26	0	49	0
Hotel Conde Duque **	14	0	25	0
Hotel Cueli ***	38	0	76	0
Hotel Cuevas **	40	0	76	0
Hotel La Casona de Luis **	12	0	21	0
Hotel Los Ángeles **	27	0	51	0
Hotel Los Hidalgos **	26	0	46	0
Hotel Los Infantes ***	48	0	91	0
Hotel Parador de Santillana del Mar ***	28	0	54	0
Hotel Parador Nacional Gil Blas ****	28	0	52	0
Hotel Salldemar **	33	0	63	0
Hotel San Marcos ****	28	0	52	0
Hotel San Roque **	20	0	36	0
Hotel Santillana ***	38	0	63	0
Hotel Siglo XVIII ***	16	0	30	0
Hotel Villadelmar **	13	0	24	0
La Casona de Revolgo ****	14	0	28	0
Hostal Montañes *	10	0	18	0
Pensión Casa Amalia *	5	0	9	0
Pensión Casa Milagros *	7	0	14	0
Pensión Casa Octavio *	11	0	18	0
Pensión Angélica *	3	0	6	0
Pensión Athalia **	4	0	8	0
Pensión Avemar **	6	0	11	0
Pensión Carmen **	5	0	10	0
Pensión Castio **	7	0	14	0
Pensión Chari *	4	0	7	0
Pensión El Canton **	7	0	13	0
Pensión El Faro **	5	0	10	0
Pensión Fernando *	7	0	13	0
Pensión Hostería Fimar **	15	0	29	0
Pensión Hostería Miguel Angel **	11	0	19	0
Pensión La Casa de Mamasita **	5	1	16	0
Pensión Lydia *	8	0	11	0
Pensión Mari Luz *	3	0	6	0
Pensión Maria del Carmen *	3	0	5	0
Pensión Maria Jesús *	4	0	6	0
Pensión Vega *	12	0	23	0
Apartamento Turístico Fernando 1 Llave	0	1	3	0
Apartamento Turístico Acevi Plaza Mayor 1 Llave	0	3	15	0
Apartamento Turístico Altamira 2 Llaves	0	2	8	0

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Apartamento Turístico Antonio 2 Llaves	0	6	18	0
Apartamento Turístico Athalia 1 Llave	0	2	6	0
Apartamento Turístico Capriccio 3 Llaves	0	17	57	0
Apartamento Turístico El Solo 2 Llaves	0	6	20	0
Apartamento Turístico La Casa Solariega 2 Llaves	0	4	12	0
Apartamento Turístico La Gloria 1 Llave	0	4	19	0
Apartamento Turístico La Hila del Cucal 2 Llaves	0	8	34	0
Apartamento Turístico La Huertona 2 Llaves	0	3	9	0
Apartamento Turístico La Regata 2 Llaves	0	9	32	0
Apartamento Turístico Las Arenas 2 Llaves	0	6	12	0
Apartamento Turístico Los Bisontes I 3 Llaves	0	5	26	0
Apartamento Turístico Los Hidalgos 2 Llaves	0	9	27	0
Apartamentos Turístico Tarrio 1 Llave	0	2	6	0
Apartamento Turístico Villa de Santillana 2 Llaves	0	2	6	0
Apartamentos Altamira (Vivienda)	0	3	9	0
Casona Los Caballeros	30	0	60	0
Casona Solar de Hidalgos	12	0	21	0
Ciudad de Petra (Vivienda)	0	16	72	0
Casa de Labranza El Coteron	3	0	6	0
Vivienda Rural El Pedroso	0	3	12	0
Vivienda Rural El Vallejo	0	3	20	0
Vivienda Rural Fuente Domingo	0	3	10	0
Posada Hospedería Santillana	15	0	30	0
Vivienda Rural La Gloria Anexo	0	6	23	0
Vivienda Rural Las Calderas	0	5	21	0
Posada Las Tres Mentiras de Santillana del Mar	9	0	18	0
Posada Adela	3	0	6	0
Posada Ansorena	5	0	10	0
Posada Araceli	11	0	18	0
Posada Camino de Altamira	15	0	29	0
Posada Casa Rural Pinna	8	0	15	0
Posada Cerrá de San Roque	14	0	26	0
Posada El Acebo	8	0	14	0
Posada El Iso	14	0	28	0
Camping Altamira Park. 2º Categoría.	0	0	0	170
Camping Santillana. 1º Categoría.	0	0	0	300
TOTAL	831	129	2.039	470

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 28. Total de alojamientos en el municipio de
San Vicente de la Barquera

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Hotel Azul de Galimar ***	16	0	29	0
Hotel Boga Boga **	18	0	36	0
Hotel Don Ramón *	28	0	54	0
Hotel El Canton *	18	0	33	0
Hotel Gerra Mayor **	19	0	33	0
Hotel Luzon **	36	0	62	0
Hotel Miramar ***	15	0	28	0
Hotel Noray *	20	0	38	0
Hotel Pájaro Amarillo *	8	0	15	0
Hotel Residencia Miramar ***	21	0	38	0
Hotel Villa de San Vicente ***	50	0	95	0
Hostal Orion **	6	0	12	0
Pensión Oyambre *	16	0	31	0
Pensión Acebo *	3	0	5	0
Pensión Alto Santiago **	6	0	13	0
Pensión Arenal **	5	0	8	0
Pensión Bahía San Vicente **	55	0	72	0
Pensión Calzadas **	24	0	52	0
Pensión Corral del Medio *	3	0	6	0
Pensión Corro *	2	0	3	0
Pensión El Somante *	4	0	5	0
Pensión Fuente del Hayedo **	5	0	11	0
Pensión Galimar **	4	0	7	0
Pensión Granada **	10	0	20	0
Pensión Hostería La Paz *	16	0	30	0
Pensión Juncalada **	5	0	9	0
Pensión La Barquera **	14	0	27	0
Pensión La Tapuca *	5	0	9	0
Pensión Liébana *	4	0	7	0
Pensión Los Llaos *	9	0	16	0
Pensión Verijo *	3	0	6	0
Apartamento Turístico El Cardeo 2 Llaves	0	9	36	0
Apartamento Turístico El Castillo 1 Llave	0	5	21	0
Apartamento Turístico El Lagar 1 Llave	0	3	9	0
Apartamento Turístico El Rosal 2 Llaves	0	24	100	0
Señorio de la Revilla 2 Llaves	0	1	6	0
Albergue Llambres	2	0	14	0
Albergue Va@venture	24	0	61	0
Vivienda Rural El Cerrao de Tafresh	0	4	16	0
Vivienda Rural La Casa de Migegos	0	1	4	0
Vivienda Rural La Casuca de Alfonso	0	1	5	0
Vivienda Rural La Riguera	0	2	8	0
Vivienda Rural Los Milanos	0	1	8	0

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Vivienda Rural Molina de Bonaco	0	3	8	0
Posada El Balcón	8	0	15	0
Posada El Labrador	6	0	11	0
Posada La Coteruca	6	0	10	0
Posada Peña Casares	8	0	14	0
Posada Punta Liñera	9	0	16	0
Camping El Rosal. 2º Categoría.	0	0	0	202
Camping Playa de Oyambre. 1º Categoría.	0	0	0	184
TOTAL	511	54	1.172	386

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 29. Total de alojamientos en el municipio de Suances

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Gran Hotel Suances ****	32	0	76	0
Hotel Albatros & Spa ***	40	0	74	0
Hotel Azul ***	30	0	56	0
Hotel Castillo de Suances *	9	0	18	0
Hotel Cuevas ****	62	0	110	0
Hotel Don Diego ***	32	0	60	0
Hotel El Muelle ***	55	0	105	0
Hotel La Marina **	10	0	16	0
Hotel Marfrey ****	22	0	42	0
Hotel Montañas ***	33	0	57	0
Hotel Playa Ribera ***	14	0	27	0
Hotel Posada del Mar *	11	0	20	0
Hotel Sandra ***	40	0	68	0
Hotel Soraya ***	41	0	78	0
Hotel Suances ***	34	0	64	0
Hotel Vivero 2 ***	55	0	100	0
Hotel Vivero Playa **	28	0	53	0
Hotel La Concha de Suances ***	36	0	63	0
Hostal El Caserío ***	9	0	18	0
Pensión Casa Julia **	7	0	13	0
Pensión Amarantos *	9	0	17	0
Pensión Consuelo *	5	0	8	0
Pensión Isla Cabrera **	4	0	8	0
Pensión Lidia *	7	0	9	0
Pensión Luciano *	9	0	15	0
Pensión Roiz **	6	0	11	0
Hostal Quintana 23 **	5	0	10	0
Apartamento Turístico Acacio 2 Llaves	0	8	28	0
Apartamento Turístico Costa Costa 2 Llaves	0	6	30	0
Apartamento Turístico Costa Esmeralda 3 Llaves	0	12	24	0

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Apartamento Turístico Costa Norte 2				
Llaves	0	1	6	0
Apartamento Turístico Costa Suances 2				
Llaves	0	1	4	0
Apartamento Turístico El Caserío 3				
Llaves	0	12	50	0
Apartamento Turístico Guadalupe 1				
Llave	0	4	8	0
Apartamento Turístico La Coteruca 2				
Llaves	0	6	30	0
Apartamento Turístico Sobremonte 1				
Llave	0	4	16	0
Albergue Paradiso Turístico de Cantabria	8	0	32	0
Posada Campo	6	0	11	0
Posada El hechizo de Ivanda	9	0	18	0
Posada El Valle	15	0	27	0
Posada La Casuca de Toñi	5	0	9	0
Posada Las Anjanas	7	0	12	0
Posada Marina	11	0	19	0
Posada Paz	6	0	12	0
Posada Punta Ballota	9	0	18	0
Posada Santa Ana	15	0	27	0
Camping Suances. 2º Categoría.	0	0	0	164
TOTAL	736	54	1.577	164

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 30. Total de alojamientos en el municipio de Torrelavega

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel Besaya *	20	0	32
Hotel Marqués de Santillana ***	32	0	60
Hotel Montedobra ***	15	0	25
Hotel Regio *	24	0	45
Hotel Saja ***	45	0	85
Hotel Torrelavega ****	116	0	237
Hotel Torresport ****	66	0	132
Hotel Wuppertal **	9	0	10
Hostal Curro **	6	0	12
Pensión Cuatro Caminos **	8	0	15
Pensión Ferbus *	6	0	10
Pensión Juan Carlos *	9	0	15
Pensión La Bodega *	11	0	19
Pensión La Gloria **	16	0	27
Pensión La Principal *	8	0	14
Pensión La Revilla *	5	0	9
Pensión Madrid *	10	0	16

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Pensión Puerta del Sol **	8	0	15
Pensión Torres *	17	0	29
Casa de Labranza Casa Velarde	8	0	16
TOTAL	439	0	823

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 31. Total de alojamientos en el municipio de Udías

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Pensión Montero *	6	0	11
Posada El Marqués de Trancadorio	8	0	16
Posada El Trenti de Corona	9	0	18
Posada La Gándara	11	0	20
Posada La Laguna	5	0	8
Posada Rural Valoria	8	0	16
Posada Sel de Breno	5	0	10
TOTAL	52	0	99

Fuente: Elaboración propia a partir de
www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 32. Total de alojamientos en el municipio de Valdáliga

ESTABLECIMIENTOS	HAB	APART	PLAZAS
Hotel Valdáliga ***	34	0	65
Hotel Verdemar **	18	0	29
Apartamento Turístico La Casuca de Lucia 2 Llaves	0	4	9
Vivienda Rural Adartia	0	1	7
Vivienda Rural Casa Calixto	0	1	7
Casa de Labraza Santa Ana	5	0	8
Vivienda Rural Casa la Vega	0	1	7
Vivienda Rural Casa Mari Luz	0	1	5
Casona La Salceda	11	0	21
Casona Palacio Guevara	16	0	31
Vivienda Rural El Coteru	0	1	7
Vivienda Rural El Terrero	0	3	15
Vivienda Rural La Concha	0	1	6
Vivienda Rural Las Casucas	0	2	9
Vivienda Rural Los Laureles	0	1	3
Posada Casa Albertino	6	0	11
Posada Casa de Comidas Prada a Tope	7	0	12
Posada Cofiño	3	0	6
Posada El Teju	4	0	7
Posada La Bolera	8	0	16
Posada La Charola	7	0	14

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Posada Los Taranos	7	0	13
Posada Los Trastolillos	10	0	20
TOTAL	136	16	328

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Tabla 33. Total de alojamientos en el municipio de Val de San Vicente

ESTABLECIMIENTO	HAB	APART	PLAZAS	Nº PARC
Hotel Canal **	56	0	105	0
Hotel Don Pablo **	34	0	62	0
Hotel Rincón de Antón ***	23	0	44	0
Hotel Valle de Arco ***	24	0	52	0
Hostal Baviera *	16	0	27	0
Hostal Río Deva *	13	0	24	0
Hostal Río Deva II **	28	0	52	0
Hostería El Corralucu **	6	0	12	0
Pensión Granja *	3	0	6	0
Pensión La Espina **	8	0	15	0
Pensión La Torre *	11	0	20	0
Pensión La Trucha *	10	0	19	0
Pensión Quintana *	5	0	9	0
Pensión Royal ***	12	0	23	0
Pensión Venecia **	8	0	14	0
Apartamento Turístico Helgueras 1 Llave	0	4	12	0
Apartamento Turístico El Encinal 1 Llave	0	4	18	0
Apartamento Turístico El Solar 1 Llave	0	2	6	0
Apartamento Turístico Tinajas de Pechon 2 Llaves	0	8	76	0
Vivienda Rural La Diligencia	0	2	33	0
Vivienda Rural La Peña	0	1	3	0
Posada Casona de Molleda	11	0	26	0
Posada de Fuentes	15	0	28	0
Posada El Salin	9	0	18	0
Posada Fuente de las Anjanas	12	0	24	0
Posada Fuentedevilla	12	0	23	0
Posada Mellante	13	0	23	0
Posada Muño	8	0	15	0
Posada Pechon	10	0	20	0
Posada y Apartamentos La Torre de Serdio	13	1	29	0
Vivienda rural Primorias Serdio	0	2	14	0
Vivienda Rural Somavilla	0	1	6	0
Camping Las Arenas. 2º Categoría.	0	0	0	400
TOTAL	360	25	858	400

Fuente: Elaboración propia a partir de www.turismodecantabria.com/alojamientos

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO	PÁGINA WEB	E-MAIL
Hotel El Refugio **	942.72.50.49	www.hotelesrefugio.com	información@hotelesrefugio.com
Hotel Perelada **	942.71.62.38	-	info@tucasavacacional.com
Hotel Puerto Calderón **	942.71.61.11 942.71.61.87	www.hotelpuertocalderon.es	reservas@hotelpuertocalderon.es
Hotel Valle de Cabezón ***	942.70.85.34	www.hotelvalledecabezon.com	evitta_k@hotmail.com
Hotel Viar *	942.70.22.19 942.70.22.33	www.hotelviar.com	-
Casona del Capellán ***	629.81.15.51	www.casonadelcapellan.com	casonadelcapellan@hotmail.com
Abba Comillas Golf Hotel ****	942.72.04.70	www.abbacomillasgolfhotel.com	info@hotelesgolfrovacias.com
Hotel Comillas ****	942.72.23.00 942.72.23.06	www.comillashotel.com	hotelcomillas@shotenor.com
Hotel Dunas de Oyambre **	942.72.24.00 942.72.24.01	www.dunasdeoyambre.com	dunasdeoyambre@terra.es
Hotel El Tejo ***	942.72.04.51	www.hotelesdejodecomillas.com	hoteltejo@shotenor.com
Hotel Josein **	942.72.02.25 942.72.01.56	www.hoteljosein.com	correo@hoteljosein.com
Hotel Mar Rovacias ****	942.72.04.90	-	hotel@hotelmarcomillas.com
Hotel Marina de Campios***	942.72.27.54 983.30.93.48	www.marinadecampios.com	reservas@marinadecampios.com
Hotel Solatorre **	942.72.24.80	www.hotelsolatorre.es	-
Hotel La Joyuca del Pas *	942.57.66.47	www.lajoyucadelpas.com	info@lajoyucadelpas.com
Hotel Milagros Golf ****	942.51.74.74	www.hotelesdecantabria.com	milagros@hotelesdecantabria.com
Hotel Mirador de Gornazo ***	942.51.74.00	www.hotelmiradordegornazo.com	comercial2@hotelmiradordegornazo.com
Hotel María Cristina ***	942.82.45.44	www.hotelmariacristina.com	gemulka18@hotmail.com
Hotel Hostería de Quijas **	942.82.08.33 942.82.06.49	www.hosteriadequijas.com	info@hosteriadequijas.com
Hotel Narcea *	942.82.11.12	-	-
Palacio de Caranceja ****	942.70.98.71 942.81.61.67	www.palaciocaranceja.com	reservas@palaciocaranceja.com
Puerta de Santillana ***	942.82.02.32	www.hotelpuertadesantillana.com	info@hotelpuertadesantillana.com
Hotel Cigüña *	942.72.10.75 942.75.02.76	-	-
Felisa & Spa ****	942.80.04.16 942.89.41.58	www.hotelfelisa.es	info@hotelfelisa.es
Hotel Altamira ***	942.81.80.25	www.hotelaltamira.com	info@hotelaltamira.com
Hotel Casa de Marques *****	942.81.88.88 942.84.02.70	www.hotelcasadelmarques.com	hotelcasadelmarques@hotelcasadelmarques.com
Hotel Colegiata ***	942.84.01.37 942.84.02.16	www.hotelcolegiata.com	hotelcolegiata@hotelcolegiata.com
Hotel Conde Duque **	942.81.83.36	www.hotelcondeduque.net	hotelcondeduque@hotelcondeduque.net
Hotel Cueli ***	942.80.35.19	www.hotelcueli.com	información@hotelrestaurantecueli.com
Hotel Cuevas **	942.81.83.84 942.84.01.84	www.hotelcuevas.com	cuevas2@infoystemas.com
Hotel La Casona de Luis **	942.89.50.05 942.89.51.21	www.casonadeluis.com	casonadeluis@hotmail.com

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Hotel Los Angeles **	942.81.81.40 942.84.02.67	www.losangelessantillana.com	hotellosangeles@arrakis.es
Hotel Los Hidalgos **	942.81.81.01 942.81.82.77	Reservassantillanadelmar.com	loshidalgos@santillanadelmar.com
Hotel Los Infantes ***	942.81.81.00 942.84.01.72	Hotel-santillana.com	hinfantes@mundivia.es hinfantes@hotel-santillana.com
Hotel Parador de Santillana del Mar ***	942.02.80.28 942.81.80.00	www.parador.es	santillanagb@parador.es
Hotel Parador Nacional Gil Blas ****	942.02.80.28 942.81.80.00	www.parador.es	santillana@parador.es santillanagb@parador.es
Hotel Salldemar **	942.84.01.80 942.84.02.26	www.hotelsalldemar.es	hotelsalldemar@ono.com
Hotel San Marcos ****	942.84.01.88	www.hsanmarcos.com	reservas@hsanmarcos.com
Hotel San Roque **	942.81.82.43	www.hotelsanroquesantillana.com	hotelsanroque@wanadoo.es
Hotel Santillana ***	942.81.80.11 942.81.81.00	hsantillana@mundivia.es	hinfantes@mundivia.es hinfantes@hotel-santillana.com
Hotel Siglo XVIII ***	942.84.02.10 942.84.01.19	www.hotelsigloxxiii.com	info@hotelsigloxxiii.com
Hotel Villadelmar **	942.84.01.43	-	hotelvilladelmar@gmail.com
La Casona de Revolgo ****	942.81.82.77	www.lacasonaderovolgo.com	reservas@santillanadelmar.com
Hotel Azul de Galimar ***	942.71.50.20	www.hotelazuldegaimar.es	hotelazuldegaimar@hotmail.com
Hotel Boga Boga **	942.71.01.35	www.bogabogasvb.com	info@bogabogasvb.com
Hotel Don Ramón *	942.71.24.20 942.71.24.26	www.hoteldonramon.com	-
Hotel El Cantón *	942.71.15.60 942.71.23.55	www.hotelcanton.es	canton@hotmail.com
Hotel Gerra Mayor **	942.71.14.01	www.hgerramayor.com	info@hgerramayor.com
Hotel Luzón **	942.71.00.50	www.hotelluzon.net	info@hotelluzon.net
Hotel Miramar ***	942.71.00.75	www.hotelesmiramar.es	miramarhoteles@arrakis.es
Hotel Noray *	942.71.21.41	www.hotelnoray.com	noray@hotelnoray.com
Hotel Pájaro Amarillo *	942.72.09.17	www.pajaroamarillo.com	-
Hotel Residencia Miramar ***	942.71.03.63	-	miramarhoteles@arrakis.es
Hotel Villa de San Vicente ***	942.71.21.38 610.41.64.44	www.hotelvsvicente.com	info@hotelvsvicente.com
Gran Hotel Suances ****	942.84.42.22	www.hotel-suances.com	hsuances@cantabria.org
Hotel Albatros & Spa ***	942.84.41.40 942.84.41.11	www.hotelalbatros-suances.com	información@hotelalbatros-suances.com
Hotel Azul ***	942.81.15.51	www.elhotelazul.com	hotelazul@hotelesensuances.com
Hotel Castillo de Suances *	942.81.03.83	www.alojamientoencantabria.com	reservas@turismosuances.com
Hotel Cuevas ****	942.84.43.43	www.hotelcuevas3.com	hotelcuevas3@hotelcuevas3.com
Hotel Don Diego ***	942.84.40.97 942.84.43.09	www.sandradondiego.com	hoteldondiego@gmail.com
Hotel El Muelle ***	942.81.00.90	www.hotelesmuellesuances.com	info@hotelesmuelle.es
Hotel La Marina **	942.81.05.97	-	hotellamarinasuances@yahoo.es
Hotel Marfrey****	942.84.34.81	www.hotelmarfrei.es	info@hotelmarfrey.com
Hotel Montañés ***	942.81.12.40	www.hotelmontanes.com	hmontañés@hotmail.com

Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"

Hotel Playa Ribera ***	942.81.18.98	www.hotelplayaribera.com	reservas@hotelplayaribera.com
Hotel Posada del Mar *	942.81.12.53 667.43.86.17	-	hotelposadadelmarsuances@hotmail.com
Hotel Sandra ***	942.84.40.97 942.84.43.26	www.sandradondiego.com	blancoargumosa@yahoo.es
Hotel Soraya ***	942.81.02.33 942.84.40.50	www.hotelsoraya.com	hotelsoraya@mundivia.es
Hotel Suances ***	942.84.42.22	www.hotel-suances.com	info@hotel-suances.com
Hotel Vivero2 ***	942.81.13.02	www.hotelvivero.com	vivero2@hotelvivero.com
Hotel Vivero Playa **	942.81.00.71	www.hotelvivero playa.es	información@hotelvivero.es
La Concha de Suances ***	942.81.15.16	www.laonchadesuances.com	hotellaonchadesuances.com
Hotel Besaya *	942.80.42.44 942.80.42.74	www.hotelbesaya.com	hotelbesaya@yahoo.com
Hotel Marqués de Santillana ***	942.89.29.34 942.89.29.36	www.hotelmarquesdesantillana.com	hotel@hotelmarquesdesantillana.com
Hotel Montedobra ***	942.88.17.37 609.46.41.90	www.hotelmontedobra.com	info@hotelmontedobra.com
Hotel Regio *	942.80.57.29	www.regio.es	hotelregio@gmail.com
Hotel Saja ***	942.89.27.50	www.hotelsaja.net	hotelsaja@hotmail.com
Hotel Torrelavega ****	942.80.31.20	www.celuisma.com	hotel.torrelavega@celuisma.com
Hotel Torresport ****	942.30.31.00	www.hoteltoresport.com	info@hoteltoresport.com
Hotel Wuppertal **	942.80.38.58 942.89.26.71	-	dirección@wuppertal.es
Hotel Valdálga ***	942.70.80.78 680.45.82.00	www.cafestore.com	ymantilla@gruposyv.com
Verdemar **	942.70.95.94 679.90.79.95	Hotel-verdemar.es	info@hotel-verdemar.es
Hotel Canal **	942.71.71.01	www.hotelcanalunquera.com	hotelcanal@hotmail.com
Hotel Don Pablo **	942.71.95.00	www.donpablohotel.com	donpablo@donpablohotel.com
Hotel Rincón de Antón ***	942.71.85.70	www.rincondeanton.com	info@rincondeanton.com
Hotel Valle de Arco ***	942.71.15.65	www.hotelvalledearco.com	info@hotelvalledearco.com

Fuente: Elaboración propia.

7.3 Total hoteles de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental de Cantabria

Tabla 34. Total hoteles de cada uno de los municipios que forman La Costa Occidental de Cantabria.

En la tabla 34 se plasman los datos en cuanto a número de teléfono, e-mail y página web de los 86 establecimientos hoteleros que forman La Costa Occidental de Cantabria.

7.4 Encuesta

DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre del establecimiento:

Categoría:

Número de habitaciones:

Número de plazas:

Número de trabajadores:

Año de apertura:

Año de la última restauración:

SERVICIOS E INSTALACIONES

1. Marque con una X las instalaciones que tenga su ESTABLECIMIENTO	
Recepción 24 horas	
Servicio despertador	
Admite tarjetas de crédito	
Servicio de habitaciones	
Cafetería y/o restaurante	
Acceso Wi-Fi	
Ascensor	
Aire acondicionado	
Parking gratuito	
Parking minusválidos	
Zona de juegos para niños	
Instalaciones deportivas (gimnasio, pista de pádel/tenis..)	
Organización de excursiones	
Admiten animales	

2. Marque con una X las instalaciones que tengan sus HABITACIONES	
Aire acondicionado	
Calefacción	
Televisión	
Caja fuerte	
Minibar	
Secador de pelo	
Cuarto de baño con bañera	
Habitaciones adaptadas para minusválidos	

RECEPCIONISTAS

3. Marque con una X los idiomas que exige a los trabajadores de la recepción de su establecimiento:
- Castellano ☐ Inglés ☐ Francés ☐ Alemán ☐ Otros ☐
4. Los recepcionistas de su establecimiento, ¿son personas que tienen mucha experiencia en el sector o por el contrario son personas que se acaban de incorporar al mundo laboral?
- Mucha experiencia ☐ Poca experiencia ☐

COMERCIALIZACIÓN

5. ¿Está asociado su establecimiento al sistema de regalos por bonos conocido como Smartbox o similares?
- Si ☐ No ☐
6. ¿Está asociado su hotel a alguna central de reservas?
- Si ☐ No ☐
- En caso afirmativo, ¿qué tipo de clientela le llega a través de estos servicios?
- Nacional ☐ Internacional ☐
7. En general, ¿cómo obtienen más clientes?
- Smartbox ☐ Central de reservas ☐ Página web ☐
Anuncios publicitarios ☐ Venta a particulares ☐ Otros..... ☐

CLIENTES

8. Por favor, indique el porcentaje de clientes nacionales e internacionales en su establecimiento:
- Nacionales: Internacionales:
9. En la mayoría de los casos, los clientes extranjeros que acuden a su establecimiento ¿saben castellano o es necesario hablarles en su idioma?
- Saben castellano ☐ Saben castellano pero prefieren hablar su idioma ☐
No saben castellano ☐
10. ¿En qué mes del año recibe más clientes?
-

11. Por norma general ¿suelen acudir clientes fijos a su establecimiento?

Si ☐

No ☐

12. ¿Cómo han sido los resultados del ejercicio 2012 en relación con el 2011?

Iguales ☐

Similares ☐

Peores ☐

13. ¿En qué aspectos ha notado más la crisis a la hora de hacer las reservas?

.....

.....

.....

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Trabajo fin de Grado: "Estructura de la oferta de alojamiento en la comarca turística de La Costa Occidental"